
This is the **published version** of the bachelor thesis:

Reyes Guerrero, Carolina; Lozano Méndez, Artur, tut. Aproximación a la comunidad artista amateur japonesa. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2012. 100 pag.

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/213326>

under the terms of the  license

MÀSTER OFICIAL
TRADUCCIÓ, INTEPRETACIÓ I ESTUDIS INTERCULTURALS

ESPECIALITAT
RECERCA EN ÀSIA ORIENTAL CONTEMPORÀNIA

TUTOR
DR. ARTUR LOZANO MÉNDEZ

APROXIMACIÓN A LA COMUNIDAD ARTISTA AMATEUR JAPONESA
EL CASO DE PIXIV, DRAWR Y TEGAKI BLOG

TREBALL D'INVESTIGACIÓ DE
CAROLINA REYES GUERRERO

BARCELONA, JULIOL DE 2012

SUMARIO

RESUMEN	V
----------------------	----------

INTRODUCCIÓN	1
Objeto y objetivos de estudio.....	1
El artista <i>amateur</i> japonés.....	1
Justificación de la elección del tema. Hipótesis.....	3
Metodología.....	4
Marco teórico.....	5
Descripción de los capítulos.....	7

CAPÍTULO I

LA ESTÉTICA MANGA EN EL MUNDO DEL ARTE JAPONÉS	8
1.1 La trayectoria del manga y el <i>anime</i> en el contexto de la posmodernidad japonesa.....	8
1.2 El imaginario de la narrativa gráfica al servicio de los movimientos artísticos pop. El movimiento Superflat.....	12
1.3 El fenómeno <i>otaku</i> y su rol en la expansión de la estética manga.....	17
1.3.1 El <i>otaku</i> -consumidor.....	19
1.3.2 El <i>otaku</i> -creativo.....	20

CAPÍTULO II

LAS COMUNIDADES <i>ONLINE</i>: PIXIV, DRAWR Y TEGAKI BLOG	23
2.1 Contexto comunicativo y motivación de los usuarios.....	23
2.2 Características de las comunidades mediante cuadro comparativo	24
2.2.1 Pixiv.....	27
2.2.2 Drawr.....	29
2.2.3 Tegaki Blog.....	30

2.3 Comunidad y servicios.....	33
2.3.1 Pixiv.....	34
2.3.1.1 Tags.....	34
2.3.1.2 Usuarios favoritos/Usuarios My Pic.....	35
2.3.1.3 Comentarios.....	36
2.3.1.4 Bookmarks (o Favoritos) y Puntuación.....	37
2.3.1.5 Mensajes Privados, Stac Feed y Pop Board.....	39
2.3.1.6 Eventos.....	39
2.3.2 Drawr.....	40
2.3.3 Tegaki Blog.....	43
2.4 Comparativa con la comunidad euroamericana en Deviantart.....	47
2.4.1 Estrategias comunicativas.....	50
2.4.2 Privacidad/Publicidad.....	54
2.4.2.1 Nombre de usuario.....	54
2.4.2.2 Avatar.....	55
2.4.2.3 Categorías predeterminadas.....	55
2.4.2.4 Idioma.....	55
2.4.2.5 Visibilidad/Elección del status del usuario.....	56
2.4.3 Globalización/Glocalización.....	56

CAPÍTULO III

LOS MECANISMOS DE SELECCIÓN ARTÍSTICA QUE OFRECEN LAS PUBLICACIONES SOBRE PAPEL..... 59

3.1 ¿Por qué se publica al <i>amateur</i> japonés?.....	59
3.2 Las publicaciones de Pixiv.....	62
3.3 La estética manga explotada comercialmente.....	65
3.3.1 La pátina de manualidad. <i>Tegaki</i>	66
3.3.2 La figura de la dulce adolescente revolucionaria.....	69
3.3.3 Los elementos <i>moe</i>	74
3.3.4 El discurso auto-orientalista del <i>furusato</i> global.....	77

CONCLUSIONES 81

ANEXOS 89

BIBLIOGRAFÍA 91

RESUMEN

Aproximación a la comunidad artista *amateur* Japonesa. El caso de Pixiv, Drawr y Tegaki Blog

por Carolina Reyes Guerrero

Comunidades *online* como Pixiv, Tegaki Blog y Drawr están dando a conocer la obra de artistas *amateurs* japoneses desde principios del presente siglo. A pesar de la inmensa variedad de estilos y contenidos, pueden observarse tendencias estilísticas y conceptuales (imaginario y puesta en escena, entre otros) que dan el salto al mundo de la ilustración profesional de la mano de los propios gestores de dichas comunidades. Los productos resultantes, como anuarios, álbumes temáticos o revistas y eventos especializados, incorporan un sello propio que tiene gran aceptación entre el público japonés.

Analizar las características de ese modelo y, en el futuro, valorar una posible aplicación en el resto de mercados globalizados son los objetivos principales de este estudio. Para ello se ha optado por la observación participante dentro de varias de estas comunidades, previo análisis de las publicaciones que ofrecen una selección de trabajos del sector. El estudio etnográfico y documental sustenta la hipótesis de que, pese a cierto hermetismo comunicativo que rodea a dichas comunidades *online*, éstas constituyen un excelente escaparate de la obra de jóvenes artistas. Sin embargo, el estudio preliminar apunta que la diferencia, prácticamente insalvable, entre la demanda de material impreso del público japonés y del occidental obstaculiza la implantación de ese modelo de forma igualmente exitosa fuera de Japón.

Palabras clave

Japón, ilustración, manga, *anime*, *fanart*, Superflat, *kawaii*, *moe*, *otaku*, *doujinshi* (fanzine), *tegaki* (“hecho/dibujado a mano”).

INTRODUCCIÓN

Objeto y objetivos de estudio

El número de consumidores de artículos que exhiben una estética manga¹ va en aumento en todo el mundo, y esta estética ha empezado a incorporarse a producciones de corte similar en otros mercados. Sitios web como Pixiv, Drawr y Tegaki Blog fomentan la aparición de una nueva ola de dibujantes que dan el salto al mundo profesional de la mano de los productos derivados de esos sitios *online*. Estudiar esos mecanismos de promoción de nuevos ilustradores podría ayudar a adoptar (y/o adaptar) ese sistema en otros mercados globalizados, pero con demandas y casuística diferenciadas.

Así, el objeto de estudio será la articulación de la comunidad artista *amateur* japonesa, desde los sitios web hasta las publicaciones tales como revistas, anuarios o libros de “cómo dibujar...”. Se persigue determinar el camino que siguen estos artistas desde la web hasta el mundo profesional, así como el tipo de estética y grafismo escogido por los editores como imagen del sello particular de estas comunidades y que se comercializa a través de las publicaciones relacionadas con estos sitios web.

El artista *amateur* japonés

La propia figura del artista *amateur* japonés es otro de los objetos de estudio de este trabajo al tratarse del agente que, a través de sus funciones como usuario de la comunidad *online* y obedeciendo a motivaciones personales, comparte su obra. Así mismo, no sólo es importante la obra que es presentada en forma de ilustraciones en las comunidades *online*. Los rasgos estilísticos y conceptuales que los creadores imprimen

1 Del japonés 漫画 (*manga*): historieta, cómic de origen japonés. En ocasiones, se denomina manga también al cómic de producción no japonesa que, no obstante, comparte la estética y géneros narrativos del medio.

en ellas también son clave para entender tanto la percepción como la producción de la estética manga. El arte *amateur* y semiprofesional adscrito a esta estética, promovido desde las plataformas *online* que resultan accesibles a una gran parte de consumidores pasivos, paradójicamente, en ocasiones resulta una obra de más repercusión y difusión que aquella que puedan ofrecer artistas de élite en circuitos más limitados.

La figura del artista *amateur* tiene una amplia trayectoria en el mundo del arte japonés, ya desde la época Edo (1603-1868), se tienen indicios del prestigio del cual gozaba el sector no profesionalizado artesanal. No es hasta la época Meiji (1868-1912) cuando se institucionaliza el concepto *bijutsu* (Bellas Artes) y se adquieren conocimientos de la pintura occidental (principalmente la italiana). En consecuencia, la figura del artista como tal no existía antes de la apertura de Japón, sino que se trataba de artesanos, calígrafos o pintores fundamentalmente establecidos en áreas urbanas y que compartían actividad con un colectivo *amateur* cuyas ideas y diseños eran considerados más innovadores y valiosos desde el punto de vista artístico (Guth 2009:41). Así pues, el hecho de ser *amateur* no tenía ninguna connotación negativa, sino todo lo contrario.

El artista *amateur* de prestigio volverá a adquirir una cierta notoriedad en un contexto totalmente diferente, el del nacimiento del colectivo *otaku*² con la expansión del fenómeno manga. El mercado manga de finales de los años setenta y principios de los años ochenta del siglo XX se verá colapsado por el agotamiento de temáticas y productos. Por ello, entre el colectivo aficionado (*otaku*) surgirán artistas *amateurs* que renovarán el mercado y posteriormente darán el salto al mundo profesional. Actualmente, con comunidades *online* capaces de aglutinar una gran cantidad de artistas *amateurs*, se está dando el mismo fenómeno, con el añadido de que, gracias a Internet, el colectivo *amateur* tiene mucha más facilidad de acceder al mundo profesional. Sin embargo, la competencia es mucho mayor y, en consecuencia, resulta difícil alcanzar un reconocimiento considerable. Por lo tanto, y a diferencia del fenómeno de los años ochenta, la adscripción a una determinada estética preexistente resulta clave para investirse de profesionalidad.

2 Término japonés para definir al aficionado en general. Se explica en profundidad en el capítulo I.

Justificación de la elección del tema. Hipótesis

Pese a la popularidad del conocido fenómeno *otaku*, la imagen de los aficionados a diversos aspectos de la cultura popular japonesa tales como el manga y el *anime*, se ve denostada por incidentes puntuales que han convertido a este colectivo (en Japón y en el resto del mundo) en un colectivo marginal cuyos integrantes son considerados como asociales o frikis. Existe una tendencia mediática y social a tratar al *otaku* como un consumidor pasivo, cuando su faceta creativa ha posibilitado la aparición de sitios web con millones de usuarios que comparten sus inquietudes artísticas. Tratándose de artistas *amateurs* japoneses, son ellos los que dictan unas tendencias estilísticas que luego se imitan en el resto de mercados globalizados, en ocasiones, con total desvinculación de los factores propios del contexto de creación original. Por ello, podría resultar útil compilar el modelo de profesionalización teniendo en cuenta todos los elementos, no sólo aquellos concernientes al estilo o procedimiento técnico, sino también los factores culturales contextuales, para así determinar en qué manera sería posible su adaptación en otros mercados, por ejemplo, España.

Las primeras preguntas que han encaminado la investigación y a las que se intenta dar respuesta aquí son:

-¿Cuál es el lugar del manga en el mundo del arte japonés?

Se considerarán las interacciones entre el mundo del Arte y la estética ligada al cómic japonés, también denominado manga. Con especial mención al Superflat, movimiento artístico que institucionaliza la estética manga como estética reconocida de pleno derecho dentro del arte contemporáneo japonés de influencia pop.

-¿Cuál es la estética manga que resulta más mediática o rentable?

De entre la gran variedad de grafismos y estilos existente, desde las plataformas en la red que son el objeto de estudio de este trabajo se promocionan unos en concreto. Determinar las bases de esa estética resulta clave para analizar los productos que se derivarán de ella.

-¿Cuál es la política de Pixiv, Tegaki y Drawr relativa a la promoción de los artistas?

Se intentará abordar el perfil de artista y obra que resulta más solicitado. El análisis contemplará los mecanismos mediante los cuales son “escogidos” estos artistas para aparecer más visiblemente en otros medios, a saber, principalmente publicaciones periódicas que actúan como el equivalente a un catálogo de una exposición, considerando la estética manga antes mencionada como vector unificador y criterio seguido por los comisarios para la selección.

Dadas las preguntas, la hipótesis de partida es la siguiente:

La demanda de dibujantes e ilustradores en el mercado japonés es tan amplia que requiere no sólo de un gremio de artistas ilustradores de élite,³ cuyas obras aparecen en los productos de consumo masivo, sino que también es necesaria la existencia de un importante grupo de artistas procedentes del mundo amateur. A su vez, el entorno amateur dispone de canales de amplia distribución y que dan continuidad a una determinada estética dentro de la denominada estética manga, cuyos valores asociados sustentan los sistemas de creación, producción y difusión establecidos en los años ochenta del siglo pasado.

Metodología

Sobre las comunidades que son el objeto de estudio de este trabajo no existe bibliografía especializada en las lenguas de trabajo seleccionadas (español, catalán, inglés y japonés), pero se dispone de ensayos sobre el funcionamiento de comunidades euroamericanas, como Deviantart, y estudios sobre el colectivo *otaku* creativo en Japón y en otras partes del mundo, así como ensayos dedicados a comunidades sociales en la red. Todo ello se analizará para la elaboración de un marco teórico adecuado.

3 Como “élite” se designa a aquellos artistas que se encuentran dentro de un circuito profesionalizado o que tienen la posibilidad de exponer sus trabajos como obra unitaria en galerías nacionales e internacionales. Los artistas “*amateur*,” en cambio, serán aquellos que publican su trabajo desinteresadamente en estas comunidades, con el propósito de compartir su arte con el público y que, por las razones que se explicarán en este trabajo, darán el salto al mundo semiprofesional que ofrecen los proveedores y las propias comunidades.

La observación participante en las comunidades *online* (Pixiv, Drawr y Tegaki Blog) y el análisis de las publicaciones con participación de las comunidades de las páginas web antes mencionadas, proporcionarán el material básico para el estudio desarrollado en la investigación. Desde el año 2004 (en Deviantart), el año 2009 (en Pixiv y Drawr) y el año 2010 (en Tegaki Blog) se ha producido una observación participante que, aunque sin objetivos de investigación, resulta de gran ayuda para trazar la cartografía de las dimensiones de la comunidad social virtual, la industria y distribución asociadas, consumo, proyección y continuidad de la creatividad. Desde febrero de 2012, la observación participante se ha encaminado a investigar las claves de la estética que se promueve desde las diversas plataformas. La adquisición y análisis de las publicaciones descritas y analizadas en el capítulo III se ha producido entre 2011 y 2012.

Con objeto de elaborar el análisis de las imágenes, se recurrirá al análisis iconográfico e iconológico, metodología proveniente de la Historia del Arte. Durante la investigación se han seleccionado aquellas imágenes que reúnen determinadas características estilísticas y conceptuales para ilustrar este trabajo. Éstas constituyen una muestra válida de la totalidad de trabajos estudiados, y su selección obedece a criterios de relevancia y representatividad para los aspectos de la investigación que se pretendían ilustrar en cada momento. En algunas de las imágenes aparecen anotaciones escritas a mano en color rojo, éstas tan sólo pretenden situar términos abordados durante la investigación y facilitar al lector la comprensión tanto de la propia imagen como de la explicación.

Marco Teórico

Debido a que Pixiv, Drawr y Tegaki Blog son un fenómeno relativamente reciente, no se ha encontrado un estudio específico sobre estas comunidades *online*. Afortunadamente, un estudio sobre una comunidad artística *online* muy conocida, Deviantart (comunidad global en lengua inglesa con sede en EE UU), ha contribuido a articular el estudio de los ejemplos con sede en Japón. El análisis de la actividad *online* y funciones propias del soporte web de dichas comunidades se ha efectuado a partir de la estructura utilizada en

el trabajo de María Freitas (Freitas 2008) sobre Deviantart. La obra de Clay Shirky (Shirky 2010) también proporciona utillaje teórico para describir el paso del mundo *amateur* al profesional, con su distinción del **mundo del dinero** (profesional) frente al **mundo del afecto** (*amateur*).

Para elaborar el despliegue conceptual del grueso del análisis que intenta examinar la estética manga se ha recurrido a los estudios de Azuma Hiroki⁴ sobre el mundo *otaku* (Azuma 2001) y Sharon Kinsella (Kinsella 1995, 1998 y 2006). El análisis iconográfico e iconológico de las imágenes que aparecen en la web como en los libros seleccionados se ha efectuado teniendo en cuenta las siguientes variables:

-La variable estilística: concerniente al ámbito preiconográfico (procedimientos y elementos presentes en la obra). Los conceptos que articulan esta variable son: **Tegaki** (hecho/dibujado a mano), **elementos Moe** (elementos gráficos concretos que constituyen la estética *moe*) (Azuma 2001) y **Simulacro** (Baudrillard 1978).

-La variable conceptual: concerniente al ámbito iconográfico (análisis simbólico). Los conceptos que se manejan son: **Kawaii** (lindo y desvalido) (Kinsella 1995), **Símbolo** y **Arquetipo** en el sentido jungiano y **Narcisismo** (Baudrillard 1969). Los **elementos Moe** vuelven a aparecer en su dimensión simbólica.

-La variable contextual: concerniente al terreno iconológico (análisis del contexto de la obra). **Autoorientalismo** (Beltrán 2008), **Furusato** (Robertson 1991), **Posmodernidad** (Azuma 2001) e **Hibridismo** (García 1997) vertebran el aparejo conceptual de esta parte. Así como las referencias al arte pre-Meiji y al carácter urbano del arte en esa época en la cual el artista *amateur* gozaba de prestigio y repercusión. En ese sentido se recupera el concepto de **Aura** de Walter Benjamin (Benjamin 1939) para

4 Para la escritura de los antropónimos japoneses se ha respetado el uso habitual en Japón, consistente en la colocación del apellido antes del nombre de pila. Así mismo, la transliteración de las palabras japonesas sigue el sistema Hepburn. Además, en determinados casos se ofrece la versión japonesa escrita en japonés, concretamente en los títulos de publicaciones e ilustraciones así como también en los seudónimos de aquellos autores cuyas imágenes ilustran este trabajo.

explicar la dinámica de la validez la obra de arte en tanto que copia u original, tema también referenciado por Azuma.

A pesar de los múltiples conceptos que estructuran y delimitan el marco teórico de este trabajo, la obra de Azuma sobre el movimiento *otaku* es clave en este estudio. Su vinculación teórica con Baudrillard y Ōtsuka Eiji conforma el gráfico sobre la visión del mundo *otaku* que podrá observarse en el capítulo III. En él se muestran las dinámicas de creación de productos y los comportamientos de consumo del público *otaku*.

Descripción de los capítulos

-Capítulo I: ***La estética manga en el arte***. Breve historia del manga (y el *anime*) en Japón. Su institucionalización y su influencia a través del colectivo *otaku* (aficionados). La progresiva transformación del *otaku*-consumidor pasivo, a *otaku*-creativo (*amateur*).

-Capítulo II: ***Las comunidades online de artistas amateurs japoneses y comunidades similares en Euroamérica (Deviantart)***. Descripción del objeto de estudio en su dimensión funcional y social (comunicativa), así como la articulación de la comunidad (usuarios) en relación a comportamientos externos a la actividad *online*.

-Capítulo III: ***Los mecanismos de selección artística que ofrecen las publicaciones sobre papel***. Análisis de las publicaciones seleccionadas en sus dimensiones artístico-estilística, simbólica y social. Descripción de aquellos aspectos que conforman la estética manga explotada comercialmente.

-***Conclusiones y futuras vías de investigación***. Proyección tanto del sistema de profesionalización de los artistas *amateur* como de la continuidad de la estética manga más favorecida en procesos de mercantilización. Estudio de la posibilidad de establecer sistemas similares de profesionalización del sector *amateur* en otros mercados (específicamente, el español).

CAPITULO I

LA ESTÉTICA MANGA EN EL MUNDO DEL ARTE JAPONÉS

1.1 La trayectoria del manga y el *anime* en el contexto de la posmodernidad japonesa.

Aunque la narrativa gráfica japonesa (de ahora en adelante, manga) y la animación japonesa (de ahora en adelante, *anime*)⁵, son dos productos con canales de producción, difusión y consumo distintos si bien complementarios, ambos comparten en el imaginario cultural contemporáneo global la etiqueta “Made in Japan.” Esto es, comprenden producciones culturales que participan de procesos de producción y circulación de determinadas imágenes de cultura japonesa. La propia distribución global de los productos de manga y *anime* a través de licencias comerciales coadyuva, junto con otros procesos, en la exportación de dichas imágenes culturales de Japón de las cuales son partícipes. El peso de estas industrias en dicha exportación puede ilustrarse a partir de su rendimiento económico: la industria del *anime* y la industria del *manga* en Japón⁶ facturan al año, respectivamente, 273,96 y 27,06 millardos de yenes. A través de vistosos productos destinados mayoritariamente a un público infantil-juvenil, se transmite así mismo una determinada cultura visual.

5 Del japonés アニメ (*anime*), abreviatura de アニメーション (*animeeshon*) transcripción japonesa del inglés *animation*, animación.

6 Datos del año 2010. Fuente: Anime News Network (2010).

A pesar de que el manga puede considerarse como germen de esta cultura visual, fue el *anime* el responsable de su expansión global. Así pues, al hablar de *estética manga*, se habla de la estética que comparten manga y *anime*,⁷ pero se ha optado por denominarla manga, por constituir éste el origen de una estética que bebe también de las artes gráficas tradicionales japonesas y tiene continuidad en movimientos artísticos posmodernos como el Superflat, del que se hablará en el siguiente apartado.

Para entender la repercusión que tiene la estética manga en el mundo del Arte y, por lo tanto, en la gestación de una nueva ola de artistas que explotan los medios *amateur* y que, así mismo, también pertenecen al conjunto de consumidores de los productos⁸ que intervienen en la difusión de dicha estética, primeramente es necesario entender el papel del manga y el *anime* en el contexto japonés desde la posguerra a la posmodernidad.

Entre los antecedentes más importantes del manga se cuentan los grabados sobre madera de Hokusai,⁹ obras de difusión masiva que describían escenas cotidianas con algún elemento fantástico o humorístico. Sin embargo, no es hasta la llegada de la narrativa gráfica occidental (anglosajona), que podemos hablar del manga tal y como lo conocemos hoy en día, especialmente gracias a la influencia del artista Tezuka Osamu¹⁰ (considerado el padre del manga). La importancia de Tezuka como figura resulta casi inabarcable tanto por el carisma de su obra como el carácter transversal de su influencia en el mundo del manga en general. Su contribución resultó determinante para la fijación de las bases de la narrativa y estética manga predominante hasta hoy, conocida como *manga mainstream*.

7 La contigüidad en muchos aspectos de la estética del manga y el *anime* dio lugar al término *manganime*, ya en desuso.

8 Productos tales como videojuegos, figuras y otros artículos de uso diario cuyo diseño incorpora elementos decorativos de estética manga.

9 Hokusai Katsushika (葛飾 北斎), 1760-1849. Pintor y grabador japonés conocido especialmente por la producción de *Ukiyo-e*. Sus grabados muestran la vida cotidiana del Periodo Edo y su estilo se caracteriza por la atención al detalle y por su sentido del humor.

10 Tezuka Osamu (手塚 治虫), 1928-1989. Autor de manga y figura capital en la consolidación del medio como soporte narrativo. Su contribución al desarrollo de historias más largas y la calidad de sus numerosas obras le valió el sobrenombre de “Padre del Manga” o “Dios del Manga.”

Lo que propició el éxito de este estilo, mezcla de las artes gráficas tradicionales y producciones culturales occidentales modernas, fue la rápida, fácil y barata difusión de estos nuevos productos japoneses. Esto facilitó el acceso no sólo para el público infantil, sino también para un público más adulto, lo que se tradujo rápidamente en la creación de nuevos géneros para satisfacer la demanda de un entretenimiento barato en los años de posguerra. El estilo manga se seguía difundiendo a través de los *kamishibai*¹¹ (cuentacuentos callejeros acompañados de láminas ilustradas), *Kashibon'ya* (alquiler de ejemplares a precios casi simbólicos) y los *yokabon*, libros impresos que costaban unos 15 yenes. A raíz del éxito de estas publicaciones, los gigantes editoriales japoneses empezaron a incluir manga en sus catálogos, lo que amplió aún más la difusión y consolidación de una lucrativa actividad para las editoriales, que fue alimentada con la aparición de los primeros autores importantes que consolidaron las bases de la estética manga y aumentaron los géneros en función del público lector (edad, género y extracto social) con diferentes grafismos y temáticas. Sin embargo, Tezuka Osamu, su influencia procedente de Disney y sus historias heroicas, profundas, junto con su grafismo lleno de candor, marcaron la principal corriente estilística. A ello contribuyó la adaptación a *anime* de algunas obras de Tezuka en los años sesenta (*Tetsuwan Atomu* “Astro Boy”, *Ribon no kishi* “La Princesa Caballero”, y *Janguru Taitei* “Kimba, el León Blanco”) con gran éxito. La estética *manga mainstream* quedó fijada totalmente dentro y fuera de Japón.

Con el surgimiento de los nuevos géneros y otros autores de referencia, se incorporó la figura de la autora de manga dentro de un género específico, el *shōjo*.¹² La incorporación de mujeres artistas al mundo del manga (dominado hasta los años setenta por hombres) resulta clave para entender el posterior papel de las mujeres artistas dentro de los movimientos estilísticos contemporáneos y su contribución al mundo artístico *amateur*, ampliamente dominado por mujeres artistas. El *shōjo* aportó una nueva sensibilidad a las historias, además de un grafismo que, aún dentro del *mainstream* de Tezuka, readaptó el imaginario en forma de un universo sofisticado, estilizado y con un nuevo lenguaje

11 Para más información, ver eje cronológico del manga y el *anime*. Anexo I, p. 89.

12 Historias de temática para chicas. Normalmente la autoría corre a cargo de mujeres dibujantes.

gráfico que expresaba mediante recursos abstractos, texturas e interesantes juegos en la secuencialidad de las viñetas, sentimientos de gran intensidad y dramatismo.

También en los setenta, eclosionó otro género de manga que sigue publicándose hoy: en el *gekiga*, historias llenas de violencia y personajes marginales, destinadas a un público más adulto, puede verse la reacción al candoroso manga *mainstream*. Por lo general, estas obras incorporan una importante carga social y política, y revelan una mayor implicación por parte de los artistas.

Hasta los años noventa perduró en el manga como medio en general el modelo estilístico implantado por Tezuka con grandes historias llenas de acción y personajes de personalidad profunda expresados mediante un grafismo amable, sencillo y muy expresivo. El padre del manga estableció arquetipos de héroes, antihéroes y villanos que siguen vigentes en la actualidad. Sin embargo, a partir de mediados de los años noventa, la figura del autor se diluye y son en muchos casos los comités de producción y editores quienes crean las historias y los personajes con la única conciencia de ser explotados comercialmente (Condry 2009). Los años noventa se conocen como la Edad de Oro del manga, ejemplificada por los 6 millones de ejemplares semanales que vendía la revista *Shōnen Jump*. Tras la llegada de Internet y la prolongación de una época de crisis de genio, en la que apenas surgen autores ni obras carismáticos para el público,¹³ la industria del manga y el *anime* parece haber entrado en una era de cierta decadencia.

Tanto el manga como el *anime* son producciones culturales que han sabido expandirse más allá de los soportes típicos: los libros de historietas y los dibujos animados, respectivamente. Su estética conspicua y ampliamente imitada en Euroamérica en tiempos más recientes, ha traspasado los límites de los productos originarios para instalarse en todo tipo de artículos de consumo diario: desde artículos de alimentación hasta la imagen de grandes empresas, hasta convertirse en parte sustancial de la imagen de la cultura japonesa de mayor circulación. En Japón, esta permeabilidad de todas las

13 Con importantes excepciones como Oda Eiichirō, Kubo Tite y Kishimoto Masashi, tres de los autores más influyentes de este siglo.

manifestaciones del consumo visual diario hacia la estética manga ha facilitado que se presentara esta estética como algo "intrínsecamente" japonés. Dicha presentación es coherente con la percepción sobre la identidad más extendida en Japón, que defiende nociones de particularismo y otros conceptos integrados en un discurso de esencialismo cultural (Befu 2001:74). En muchas ocasiones, hablando en términos de imaginario, “lo japonés” responde claramente a parámetros adoptados en los años ochenta por un grupo de artistas del mundo de la narrativa gráfica. Este vínculo de “lo manga” con “lo japonés” hace que muchos artistas contemporáneos adopten este grafismo y este imaginario para crear una obra que trata de expresar la realidad japonesa.

1.2 El imaginario de la narrativa gráfica al servicio de los movimientos artísticos pop. El movimiento Superflat.

De la misma manera que Roy Lichtenstein reproducía los personajes y la factura del cómic americano para elaborar sus serigrafías a gran escala en el contexto del Pop Art, se puede hablar de la influencia del manga en la obra de artistas como Murakami Takashi¹⁴. Tanto en el Pop Art americano de mediados del siglo XX, como en el llamado Neo-pop Art o Superflat japonés del siglo XXI, la apropiación de elementos de la subcultura del mundo de la narrativa gráfica (cómic, manga), entre otros elementos de la cultura popular, responde también a aproximaciones artísticas similares. A pesar de que los elementos de la cultura popular escogidos, en este caso, cómics y manga, pertenecen a la misma categoría, la forma de entender ambos en sus respectivas sociedades son diferentes. Mientras el Pop Art de los años cincuenta y sesenta surge como reacción a los procedimientos tradicionales de las Bellas Artes, valiéndose del imaginario de la cultura popular euroamericana; el movimiento Neo-pop Art o Superflat propone una revisión de la posmodernidad japonesa, utilizando referentes del mundo del *anime*, que a su vez, están basados en el estilo manga que el dibujante Tezuka Osamu

14 Murakami Takashi (村上 隆) (n.1969). Artista japonés contemporáneo reconocido mundialmente por la síntesis entre arte tradicional y contemporáneo japonés y el Pop Art norteamericano.

convirtió en icono social allá por los años sesenta del pasado siglo.

Lichtenstein, con sus grandes viñetas de comic serigrafiadas y casi enteramente copiadas de otros artistas, pretendía elevar a la categoría de Arte la pintura industrial. En el hecho de la apropiación casi completa de esas viñetas (tan sólo se variaba la escala y algunos colores) se observa la máxima del movimiento Pop Art, la desvinculación artista-obra por medio de la estética propia de los productos producidos en serie. El artista pop no trabaja las emociones de sus personajes en consonancia con las propias: ofrece una visión superficial, plana y distante de la realidad.

Con matices diferentes, pero muy similar en su conceptualización, es el movimiento Superflat, liderado por Murakami Takashi. Heredero del Pop Art en aspectos estilísticos, conceptuales y de imaginario, el movimiento Superflat reivindica la tradición del Arte japonés anterior a la influencia occidental, especialmente el periodo Edo (1603-1868), como las raíces estéticas del mundo del Arte en la contemporaneidad. A diferencia del Pop Art, cuyo objetivo era romper con la tradición técnica y también conceptual de la obra de arte clásica, Murakami en su manifiesto *Superflat* (2000), y tomando como referencia al historiador Tsuji Nobuo (en Sharp 2006:5), rescata aspectos estilísticos y temáticos de algunos artistas del periodo Edo que han perdurado en las producciones de manga y *anime* durante el siglo XX. Dichos aspectos son el gusto por la excentricidad y la fantasía. Tras la primera fase embrionaria del *anime* de preguerra, se observa una clara tendencia hacia la expresión de aquello fantástico, excéntrico y pícaro a la manera de las obras artísticas del periodo Edo.

Sin embargo, el aspecto más interesante, desde el punto de vista de este trabajo, es el factor estilístico. El propio concepto *superflat* aporta pistas para entender las claves de la estética manga y su concepción como estética artística presente no sólo en este movimiento artístico de alcance global, sino también en todo el movimiento *amateur*, objetivo de este estudio. *Superflat* ha aportado la base teórica necesaria para que productos como el manga, el *anime*, y el diseño sean considerados como productos cuya originalidad y belleza aporten una pátina artística a la cultura comercial japonesa (Sharp

2006:6) y sean, a su vez, objeto de estudio en las Facultades de Bellas Artes de Japón. Tanto es así que, en 2006, la Universidad Seika de Kyoto se amplió con la *Facultad de Manga y Anime*, que tiene la voluntad de formar a profesionales altamente cualificados para un sector que proporciona importantes ingresos en Japón. Éste es el texto de presentación en la página web:

Become a worldwide creator at a center for Japanese manga culture

Japanese manga and animation (anime) have become firmly established as dynamic new forms of art and entertainment, and are now a focus of attention from all around the world. The Faculty of Manga, the first program of its kind in the country, was founded to provide opportunities for students to learn this art and entertainment genre in a fully comprehensive way. While we aim to train students to become artists in the fields of cartoon art, comic art, and animation, we also offer programs for those who want to pursue careers as manga editors and producers. Our instructors are leading manga artists, editors of major publishing firms, and experienced animation artists. (...)

Universidad Seika de Kyoto. Facultad de manga.

<http://www.kyoto-seika.ac.jp/eng/edu/manga/>

Último acceso, marzo de 2012.

Los seis años transcurridos entre la publicación del manifiesto *Superflat* de Murakami y la apertura de esta facultad, además de la relevancia que tienen en Japón los estudios relacionados con estas disciplinas,¹⁵ prueban que la estética manga influye en el Arte contemporáneo japonés y que éste, a su vez, otorga a productos propios de la cultura popular una dimensión artística en su país de origen.

Volviendo al término *superflat*¹⁶ y a sus connotaciones de estilo no sólo a nivel de movimiento artístico sino gráfico, se recogen en su definición los rasgos estilísticos de las obras que se ubican dentro del movimiento. “Superplano” se refiere tanto a la aplicación de los colores, como al efecto de la composición de la obra, como a la visión de la sociedad japonesa de la posmodernidad a un nivel más conceptual.

15 Ōtsuka Eiji (大塚 英志) antropólogo social, novelista y ensayista. Escribe e imparte clases sobre el fenómeno *otaku* en la Universidad de Diseño de Kōbe.

16 *superflat* escrito en minúscula y cursiva alude a la estética del movimiento artístico Superflat (escrito con mayúscula inicial y sin cursiva). En mayúscula y cursiva, se refiere al manifiesto de Murakami de 2000.

El arte *superflat* usa colores planos, sin crear efectos de profundidad mediante tonalidades, con lo cual se logra una peculiar sensación de contraste. Las obras, coloristas y vistosas, enseguida captan la atención del espectador. Este uso del color recuerda a los grabados sobre madera del periodo Edo, ya que los sistemas de impresión de la época hacían imposible la reproducción de infinitas tonalidades. Readaptando esta filosofía del color, Murakami recupera un aspecto tradicionalmente japonés para un Arte cuyas instituciones caían en un seguidismo de sus contrapartidas europeas y americanas. No obstante, un discurso contestatario parecido se apoderó del Arte occidental durante el auge del Pop Art, con lo cual son muchos los que ven en Murakami a una especie de Andy Warhol japonés y su reivindicación de las artes gráficas tradicionales japonesas pierde consistencia como germen del movimiento.

En términos de composición de la obra *superflat*, lo “superplano” alude necesariamente a la distribución del espacio artístico. Mientras que las convenciones del arte clásico occidental conducen la mirada del espectador a través de perspectivas artificiales que crean sensación de profundidad, el arte *superflat* nos ofrece una escena elaborada en la capa más superficial de la obra. Se elimina la sensación tridimensional que se ha perseguido desde siempre en el arte occidental tradicional, y que desde el periodo Meiji (1868-1912) hasta la actualidad se ha impuesto en los centros de Arte japoneses. La bidimensionalidad resultante no sólo remite al Arte japonés pre-Meiji, sino que también retoma el espacio natural del manga y el *anime*: el papel y el acetato. El manga, un producto totalmente en blanco y negro, dispone de recursos limitados para crear sensación de profundidad, y el *anime*, a su vez, mediante la superposición de acetatos con colores planos recrea un falso espacio tridimensional. El espacio *superflat*, por lo tanto, es un espacio esencialmente bidimensional, en el que el contenido y el mensaje de la obra se desarrollan en la capa más superficial.

La superficialidad también se plasma en el *superflat* mediante el uso de producciones culturales provenientes de la subcultura popular del mundo *otaku*. Productos del imaginario manga son la cara superficial de la obra de arte *superflat*. Sin embargo, según Michael Darling, promotor de la exposición de Murakami en Los Angeles (2000), la

obra de Murakami esconde, tras la superficialidad de su imaginario popular y su espacio artístico sin profundidad y lleno de colores planos, una crítica social y un significado profundo. De este modo, se podría interpretar la superficialidad como una representación de una realidad japonesa basada en aquello superficial, una realidad que es relevante no por su autenticidad, sino por todos aquellos *simulacros* (en términos de Baudrillard) que han tomado su lugar. No obstante esta interpretación, otros estudiosos de la obra de Murakami esgrimen que no existe crítica alguna:

Murakami reminds me of Mark Kostabi, whose cynical, idiot-friendly paintings prove that no price is too high, no intellectual threshold too low, to make it in the art world. The over-the-top cuteness might teeter into horror, the mushrooms morphing into black atomic clouds, but so what? There's no sign of any internal critique, just a lot of very high-class production values.

Murakami can call up Hokusai all he wants, and decide his paintings are homages to Francis Bacon's portraits of Isabel Rawsthorne and George Dyer, but Murakami's vomiting balloon-heads have nothing whatever to do with Bacon. There's no homage here, only a name check. Not much art here, either - only a feeble sort of entertainment.

(Searle 2002, citado en Sharp 2006:20)

Tanto en el caso de existir una crítica social o no, la obra de Murakami ha conseguido elevar a la categoría de Arte la estética procedente del manga y el *anime*. Ejemplos como la Universidad Seika, y el afán de imitación de esta estética que se está llevando a cabo en otros países prueban el interés que suscita el imaginario popular japonés en el amplio imaginario del mundo del Arte desde lo institucional hasta lo *amateur*. De nuevo, la versatilidad de este estilo hace que sea posible encontrarlo tanto en esculturas valoradas en millones de yenes como en el estampado de una camiseta. Una vez vista la trayectoria del manga y el *anime*, de producciones de la cultura pop a la presencia de su imaginario y procedimientos técnicos y artísticos en el Arte Pop posmoderno japonés, resta ver la interacción de todo ello con el colectivo que pasó de ser consumidor de estos artículos a ser creador dentro de la nueva ola de ilustradores, el colectivo *otaku*.

1.3 El fenómeno *otaku* y su rol en la expansión de la estética manga.

A Murakami, su obra y sus teorías del Superflat se les debe también cierta mejora en la consideración del colectivo *otaku*, consumidores superlativos y coleccionistas de los artículos con estética manga. Para Azuma Hiroki y el propio Murakami, el colectivo *otaku* es una representación la posmodernidad japonesa, una nueva manera de expresar la subjetividad de “lo japonés” a través de la reinterpretación de elementos de la cultura popular occidental.

El término *otaku* fue acuñado para definir a la nueva subcultura consumidora (y también creadora) de manga y *anime*, básicamente, y videojuegos, música *J-pop*, *cosplay* y *merchandise* posteriormente. Los primeros *otaku* fueron aquellos nacidos en los años cincuenta y que pasaron su infancia leyendo los *yokabon* de 15 yenes por volumen, y que, en los años ochenta (cuando se habla del nacimiento de la cultura *otaku*) estaban en su treintena. Esta forma de entretenimiento asequible, por lo tanto, no se desvaneció con los años, y el aumento de poder adquisitivo de esa generación y de las dos posteriores convirtieron a los *otaku* en un colectivo consumidor muy importante en Japón. Sin embargo, el término incorporó connotaciones negativas debido al asesinato de varias chicas entre 1988 y 1989 por parte de un *otaku* diagnosticado de una esquizofrenia extrema. El hecho potenció tanto tendencias ostracistas en el colectivo como una cierta marginación del mismo por parte de la sociedad general. Desde entonces y hasta hace poco, *otaku* hacía referencia a actitudes antisociales. Esta acepción está todavía muy extendida dentro y fuera de Japón. No obstante, desde hace pocos años y en determinados ámbitos, como el académico, el concepto ha pasado a significar por defecto “aficionado a la cultura popular japonesa”.

Para Azuma, el nacimiento del fenómeno *otaku* está vinculado al inicio de la tendencia del *posmodernismo*, que no de la posmodernidad. En Japón, las teorías del *posmodernismo* se tradujeron en una moda académica de carácter pasajero que tuvo

especial relevancia entre la juventud y que, combinadas con el narcisismo japonés de la época del crecimiento económico y con las teorías del *nihonjinron*, dieron como resultado un *posmodernismo* a la manera japonesa por el cual Japón se convertía en un país que había superado la modernidad, una nación en el ojo del huracán. (Azuma 2001:20)

Sin embargo, el nacimiento de la cultura *otaku* no sólo tiene un origen que incorpora estos elementos discursivos nacionalistas, sino que para Azuma, también, la cultura *otaku* es una muestra de domesticación de la cultura americana. Como se ha visto, tanto el manga como el *anime* surgieron de las adaptaciones de técnicas que se introdujeron a partir de los referentes más inmediatos de Euroamerica (historietas o comics y dibujos animados), a pesar de la innegable carga artística y estética del Japón premoderno y de, por supuesto, la nueva carga artística, simbólica y estética resultante de la readaptación de esos referentes euroamericanos.

Para entender la presencia y persistencia de la estética manga en la obra de los artistas *amateur* procedentes de las comunidades *online*, es necesario ofrecer una panorámica del movimiento *otaku*, ya que mayoritariamente los artistas que pueblan comunidades como *Pixiv*, *Drawr* y *Tegaki*, objeto de este estudio, se inician como consumidores de producciones de estética manga, para luego convertirse en creadores de obras con dicha estética. De hecho, los mecanismos de producción *amateur* y consumo de los *otaku* japoneses son distintos, en palabras del propio Azuma, de otros colectivos de fans en el resto del mundo. Por ello, se establecen aquí estas dos categorías: el colectivo *otaku* consumidor, y, por otro lado, el creativo. Si bien la categoría del consumidor incluye a todos los *otaku* (o aficionados), ya que todos son consumidores en mayor o menor medida, la categoría del *otaku*-creativo designa a aquellos que, a raíz de consumir, sienten la necesidad de recrear y reinterpretar el imaginario que consumen para ofrecerlo a su vez a los demás consumidores y creadores como nuevo producto de consumo o, dicho en palabras de Azuma, *productos derivados* (2001:25).

2.3.1 El *otaku*-consumidor

Los hábitos de consumo del colectivo *otaku* han sido objeto de numerosos estudios de expertos tanto japoneses como euroamericanos. Para los objetivos de este trabajo, analizar este colectivo es importante puesto que de entre aquellos consumidores surgen creadores de nuevos productos que reproducen los esquemas de creación/producción/distribución con los que fueron y continúan siendo, a su vez, seducidos como consumidores.

Para que se obre la seducción es necesario el establecimiento de un determinado imaginario, una colección de imágenes que facultan al sujeto para apropiarse de un determinado producto como medio para decodificar la cultura/realidad (Bogarín 2008 citando a Baudrillard 1999:99).

Sin embargo, estas imágenes representadas por medio de productos que seducen al *otaku*-consumidor no se corresponden con ningún referente, ni siquiera con el producto de consumo (sea un tomo de manga, una película de *anime* o una camiseta estampada). Según Azuma, reinterpretando a Ōtsuka Eiji, las imágenes pueden disgregarse en elementos o ideas pertenecientes a una gran “Base de Datos” de la cual los productos adoptan, combinan o interpretan los elementos que la componen. Para Azuma, los productos son llamados “Pequeñas Narrativas” en contraposición con la “Gran Narrativa” que existía antes de la posmodernidad y que equivalía a una determinada visión del mundo. En resumen, se obtiene una estructura en dos capas: información (base de datos) y apariencia (pequeñas narrativas o productos). El *otaku*-consumidor es plenamente consciente de esta estructura, con lo cual el producto pierde su valor en sí mismo, para ser juzgado por la calidad percibida de la base de datos que se ha utilizado para su creación y de la destreza combinatoria de sus elementos (Azuma 2001:33). El análisis de la base de datos que manejan las comunidades artísticas *online* para elaborar productos destinados al consumo por parte de los *otaku* será objeto de estudio en el capítulo III.

Hay que puntualizar también la relación del *otaku* con los trabajos derivativos, aquellos trabajos/productos que suelen llamarse adaptaciones o copias. Para el *otaku*, la copia no tiene connotaciones negativas de violación de una obra original. Por ejemplo, una parodia en forma de *doujinshi*¹⁷ de un determinado manga adopta y adapta los elementos de ese manga como aquél ha hecho lo propio con la gran “Base de Datos.” De manera que la obra original lo es en tanto en cuanto sirve como base de datos para otros productos o, en palabras de Baudrillard, *simulacros*. En el mundo posmoderno, la obra original ha perdido casi totalmente su *aura* de autenticidad para hacer recaer todo el peso de la seducción del consumidor en los “datos” (aspectos puntuales de contenidos y apariencias que se dan en cualquier narrativa) que se encuentran recogidos en la “Base de Datos” y que son susceptibles de modificación y adición de nuevos datos por mediación de las modas y tendencias.

2.3.2 El *otaku*-creativo

Los orígenes del *otaku*-creativo pueden remontarse a los años 70 del siglo pasado, es entonces cuando empiezan a verse los primeros libros autoeditados por fans (*doujinshi*), en un formato muy cercano al fanzine americano. A pesar de contar con medios muy limitados, tanto de producción como de distribución, los *doujinshi* pronto se hicieron un hueco como productos en tiendas y eventos especializados (*Comiket*).¹⁸

El contenido de estos libros consistía básicamente en parodias de manga y *anime* existentes o historias propias de los autores, siendo el género *aniparo*¹⁹ el de mayor aceptación entre el público. El éxito de este género se debe principalmente a que los autores (en su mayoría, autoras) ofrecían historias en las que los personajes conocidos por todo el público se situaban fuera su ámbito habitual. Por ejemplo, los personajes de una serie de luchas o de deporte aparecían en historias cotidianas, humorísticas o eróticas, con especial atención al factor cotidiano. Se puede decir que, de la historia en

17 *Doujinshi* o *dōjinshi* (同人誌): fanzine, publicación no profesional sobre cualquier tema. Se ha optado por la transliteración *doujinshi* por ser de uso más generalizado.

18 El *Comic Market*, o *Comiket* es un macroevento bianual dedicado a la venta de *doujinshi*. Al *Comiket* del pasado diciembre de 2010 asistieron 540.000 visitantes en 3 días. Fuente <http://www.comiket.co.jp/>

19 De アニパロ contracción de *anime* y *parody*: parodias de *anime*.

la cual se basa el *doujinshi* se mantiene el nombre de los personajes y determinadas características de su aspecto o personalidad. Dicho de otra forma, los productos derivados crean nuevos arquetipos de los mismos personajes, arquetipos que son fijados por el artista mediante su obra y aceptados por la comunidad de fans que sigan la trayectoria de ese autor. Dependiendo de la repercusión que consiga el tándem autor/nuevos arquetipos, éstos pueden llegar a ser aceptados por tal cantidad de *otaku*-consumidores que consigan condicionar la obra “original,” en lo que se ha venido a denominar *fanservice*.²⁰

El hecho de que un *otaku*-consumidor, conocedor de una determinada obra y su base de datos, se convierta en *otaku*-creativo *amateur* capaz de crear trabajos derivados que a su vez tengan la posibilidad de entrar en consonancia con el imaginario personal de los *otaku* que consuman su obra y por lo tanto alcancen un éxito relativo lleva a preguntarse acerca de aquello que motiva el salto del consumo pasivo a la creación activa. ¿Por qué un *otaku* decide plasmar (independientemente de sus habilidades artísticas) en un *doujinshi* o *fanart*?²¹ sus variaciones respecto a una obra existente?

Naturalmente, no es una recompensa económica lo que mueve a los artistas en ciernes a compartir *casi* desinteresadamente su trabajo (casi, porque para editar un *doujinshi* el autor tiene que invertir cierta cantidad de dinero que ve recuperada, presumiblemente, tras la venta de los ejemplares). Sin embargo, cuando se debuta en galerías *online* se puede afirmar que a priori no existe ningún interés económico por parte del *amateur* que comparte su trabajo. Según Clay Shirky, la motivación de un *amateur* reside en el deseo de autonomía y competencia (Shirky 2010:87) que supera a las motivaciones sociales de pertenencia y/o el deseo de compartir.

20 Como muestra pueden servir obras actuales como *Tiger & Bunny* (2011), cuyos responsables han introducido múltiples guiños hacia las fans debido a la gran popularidad que cosechó la serie entre las chicas. Dichos guiños consisten básicamente en insinuar un romance homosexual entre sus dos protagonistas masculinos.

21 *Fanart*: ilustración que representa una versión propia sobre unos personajes pertenecientes a otro autor.

Mostrar cierta competencia en algún aspecto no ha de estar forzosamente ligado a tener una gran habilidad. Así pues, fanartistas y *doujinka*²² *amateurs* con motivación intrínseca suficiente pueden operar en espacios públicos de menor divulgación. La mercantilización del *doujinshi* en Japón y la posterior aparición de Internet han trasladado el espacio operativo del artista *amateur*, de manera que éste puede elegir su radio de acción en función de su ambición como autor. En consecuencia, existen artistas que comparten su arte sólo en su diario *online* personal (blog) con un círculo más o menos reducido de personas, y otros que usan redes sociales, blogs personales y se adscriben a comunidades de artistas de mayor o menor índole, de manera que su trabajo es mucho más visible.

No obstante, no se pueden obviar las motivaciones sociales. El deseo de pertenencia a un grupo que comparte aficiones (sea la afición por consumir o crear, hablando del colectivo *otaku*) y el deseo de entablar relaciones sociales con ese grupo a través de conversaciones en espacios habilitados para ello dentro de los soportes web, resulta un factor importante a la hora de hablar sobre las comunidades de artistas. El llamado *R&R* (*Read and Review*) o deseo de *feedback*, hace que entre artista y público se cree un vínculo que no existe en el mundo profesional. La motivación del *amateur* se retroalimenta a través de los comentarios de los consumidores, así se crea y se actualiza el entramado comunicativo de las comunidades *online* de artistas *amateurs* (Shirky 2010:90-92).

El *otaku*-creativo *amateur* se diferencia del *otaku*-consumidor pasivo en la motivación por plasmar de forma tangible sus variaciones sobre la “Base de Datos” que ha aprehendido durante su etapa como consumidor pasivo. Si, además, el *otaku*-creativo dispone de habilidades artísticas que sepan adaptar su obra al gusto general y dispone también de herramientas de difusión para su obra, es posible que éste dé el salto al mundo profesional (en el contexto japonés).

22 *Doujinka* (同人家), dibujante de *doujinshi* (no-profesional).

CAPITULO II

LAS COMUNIDADES ONLINE PIXIV, DRAWR Y TEGAKI BLOG

2.1 Contexto comunicativo y motivación de los usuarios.

A pesar de que, como se ha visto, la afición creativa y creadora del colectivo *otaku* empezó en los años setenta, no es hasta la era de Internet que las vías de acceso y participación en la comunidad *otaku* se democratizan. Las redes sociales preexistentes, donde poder adquisitivo y localización eran variables determinantes, se ven transformadas gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. El auge de las tecnologías móviles con conexión permanente ha consolidado definitivamente el estatus de algunas comunidades *online* como Space of Flows²³ y 2channel, verdaderos *hubs* comunicativos (el promedio diario de nuevos temas en 2channel es de 2'7 millones). Entre estos *hubs*, los hay que alcanzan una difusión y relevancia mundial (como 2channel, de nuevo).

El colectivo *otaku* pronto vio en la red de redes la mejor manera de comunicarse, articularse y mostrar su afición y sus trabajos al resto de la población. Así surgieron las primeras y rudimentarias páginas web creadas por *otaku* para compartir tanto

23 Concepto creado por Manuel Castells para “reconceptualizar nuevas formas de arreglos espaciales bajo el nuevo paradigma tecnológico” (Castells 2004:146).

comentarios, obras propias originales así como los llamados trabajos derivativos. En este contexto de finales de los años noventa, con el uso más generalizado de Internet empiezan a surgir buscadores y directorios de páginas web organizadas temáticamente que intentaban unificar bajo un mismo denominador común las distintas configuraciones de los aficionados: por series preferidas, por temáticas, por género (*shōjo*, *shōnen*).²⁴ De esa manera, la búsqueda de colectivos afines resultaba más sencilla y la articulación de esos pequeños grupos en torno a determinadas páginas web era más efectiva de cara a la organización de eventos que poseían ya una amplia trayectoria dentro del mundo *otaku*.




Sin embargo una comunidad artística de las características de Deviantart, que fuera capaz de integrar a millones de artistas de las más variadas temáticas y estilos, no existía en Japón. Hay que esperar al año 2007 para poder ver el nacimiento de la comunidad artista *amateur* más completa hasta la fecha: Pixiv. Y sólo habría que esperar otro año para que surgieran otras dos, de distinta y novedosa índole: Drawr y Tegaki Blog.

2.2 Características de las comunidades mediante cuadro comparativo.

A fin de elaborar una descripción clara y sencilla, se ha optado por realizar un cuadro comparativo en el que se reflejen las tres comunidades artísticas *online* objeto de estudio, a saber: Pixiv, Drawr y Tegaki Blog. Para elaborar dicho cuadro, se ha tenido en cuenta el análisis de la comunidad artística Deviantart realizado por María Freitas (2008). El trabajo de Freitas se basa en la separación de los elementos puramente técnicos de aquellos referentes a la comunidad como espacio social. En el siguiente cuadro podemos ver los elementos técnicos constatables mediante la observación participante en las tres comunidades *online* japonesas. Al tratarse de un análisis triple, se facilita la visualización y comprensión de los elementos tratados. Hay que añadir que Freitas no recurre a este formato, pero se han tenido en cuenta los apartados relevantes a

24 *Shōnen*: Historias de temática para chicos.

analizar.

Características/Comunidad	Pixiv	Drawr	Tegaki Blog
Logo/Eslogan Fecha de lanzamiento Creador	 "It's fun drawing" 10/09/2007 Takahiro Kamitani 2 millones de usuarios (enero 2012)	 "Draw on your emotions" 01/10/2008 <i>(Servicio adicional de Pixiv)</i>	 手書きでブログ&手書きで コメントのイラストコミュニ ケーションブログ 14/02/2008 Kazuhiro Kawai 668.100 usuarios (26/04/2012)
Página Web	http://www.pixiv.net/	http://drawr.net/	http://tegaki.pipa.jp/
Registro	Es necesario (para visitar y participar)	Es necesario (para participar)	Es necesario (para participar)
Menú principal (en negrita, las opciones visibles una vez se es un miembro registrado)	-Filtro R-18 (Activar/Desactivar) -Ayuda -Ajustes -Desconexión -Búsqueda -Búsqueda de novelas -Índice de eventos -Servicios -Noticias -Artistas destacados -Ranking diario/ semanal/mensual -Ranking de novatos (rookies) -Servicios -Condiciones de uso -Avisos -Publicidad -Información de la empresa -Funciones de edición (los detalles, a continuación)	-Página de registro -Página de ingreso -Nuevos trabajos -Nuevas secuencias de imágenes -Nuevos trabajos más destacados -Página personal -Edición del perfil -Trabajos -Trabajos favoritos -Mensajes -Usuarios favoritos -Amigos -Log out -Publicidad -Aviso -Ayuda -Contacto -Condiciones de uso -Política de Privacidad	-Página principal -Ingreso/Registro -Nuevos trabajos (divididos en diferentes categorías: Ilustración, Boceto, Historieta, Eventos, Tema, Peticiones, Plantillas...) -Tags recomendados -Búsqueda -Eventos recomendados -Artículos recomendados -Publicidad relacionada -Información -Ayuda -Condiciones de uso -Política de privacidad -Publicidad -Otros servicios relacionados: -Tegaki Blog Mobile -Tegaki Channel -Tegaki Messenger

Funciones de Edición	<ul style="list-style-type: none"> -Subir trabajos (ilustración, novela, manga) -Galería propia -Bookmark: Favoritos -Stac Feed: registro de comentarios -Mensajes privados -Pop Board (registro de actividad en la página personal) 	<ul style="list-style-type: none"> -Los trabajos se realizan en el espacio habilitado en la web para dibujar. Posee herramientas muy limitadas. -Galería propia -Galería de Favoritos -Lista de Amigos -Posibilidad de editar los trabajos de otros usuarios -Comentarios mediante dibujos 	<ul style="list-style-type: none"> -Página personal -Dibujar (espacio habilitado para dibujar <i>online</i>) -Galería personal -Trabajos favoritos/Amigos -Mensajes -Estadísticas de participación -Herramientas de edición del espacio personal (perfil)
Funciones de Usuario	<ul style="list-style-type: none"> -Información de perfil -Acceso a cuenta <i>premium</i> -Unirse a un grupo -Grupos recomendados -Usuarios favoritos (Bookmark) -Usuarios favoritos (My Pic) -Edición de la página personal 	<ul style="list-style-type: none"> -Información de perfil -Usuarios favoritos (<i>People</i>) -Usuarios favoritos (<i>Friends</i>) -Edición de la página personal -Espacio para la creación de nuevos trabajos con opción al registro del proceso para su posterior visualizado 	<ul style="list-style-type: none"> -Información de perfil -Usuarios favoritos -Amigos -Trabajos favoritos -Tags favoritos -Espacio para la creación de nuevos trabajos (herramientas predeterminadas)
Categorías Respecto a las obras presentadas y respecto a las opciones de búsqueda para las mismas	<ul style="list-style-type: none"> -Mediante <i>Tags</i>²⁵ a elección personal (nombre del personaje, serie a la que pertenece, estilo...) -Clasificación: normal/ R-18/ R-18 Grotesque -Nivel de privacidad (visible para todos, para los usuarios My Pic, o no visible) -Respuesta de imagen -Elaborar encuesta -Herramientas utilizadas (Digitales/ Manuales) 	<ul style="list-style-type: none"> -Nuevos Trabajos (orden cronológico) -Trabajos secuenciales (orden por número de comentarios recibidos) -Trabajos recomendados (orden por popularidad) 	<ul style="list-style-type: none"> -Mediante <i>tags</i> predeterminados creados por los usuarios -Mediante categorías de formato: Ilustración, Boceto, Historieta, Eventos, Tema, Peticiones, Plantillas
Suscripción/Precio	Cuenta premium=525 yen/mes	No	No
Idiomas disponibles	Japonés, chino, inglés, coreano, ruso, francés y tailandés	Japonés e Inglés	Japonés e Inglés

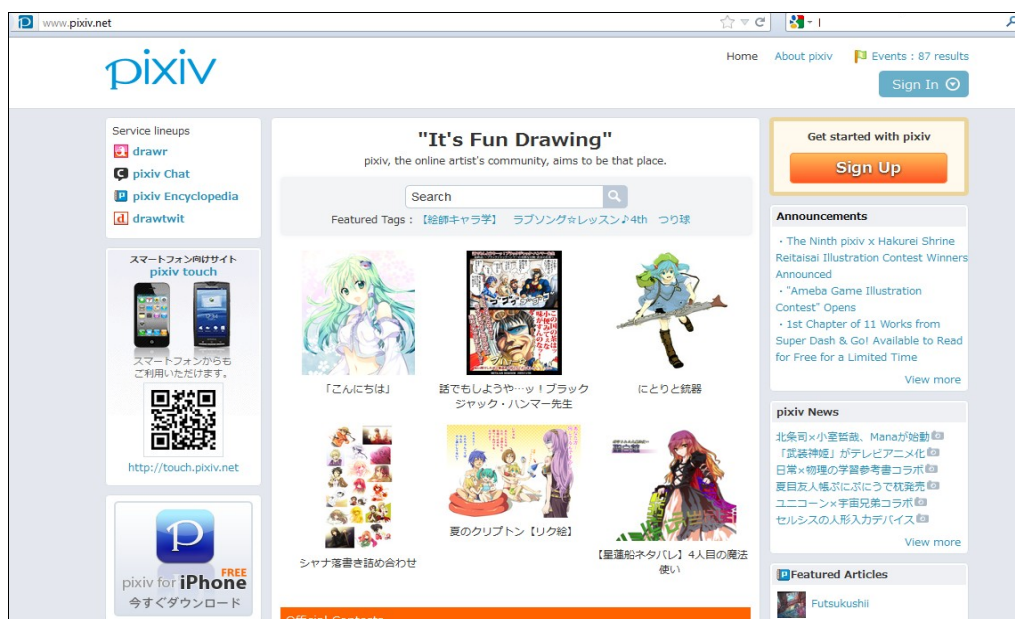
No obstante su sencillez explicativa, son necesarias ciertas aclaraciones acerca de cada una de las categorías descritas en el cuadro a fin de ofrecer una visión más completa de las mismas.

²⁵ *Tag*: término inglés para “etiqueta.”

2.2.1 Pixiv

De las comunidades que son objeto del presente estudio, Pixiv es la más antigua de las tres que son objeto de nuestro estudio, la que posee un número más elevado de usuarios y la que tiene más prestigio dentro y fuera de Japón.

Por lo que se refiere a las características descritas anteriormente en el cuadro, es necesario mencionar que Pixiv es la comunidad que ofrece mayores y mejores prestaciones para la creación y articulación de una comunidad *online* de artistas (al margen de sus publicaciones). Los usuarios pueden presentar cualquier trabajo creado con medios digitales o tradicionales, es decir, no están limitados por un sistema de creación determinado (como ocurre, en cambio, en Drawr y Tegaki Blog), con lo cual las obras mostradas constituyen parte del catálogo de la obra del artista en sí. No son, en principio, productos creados con el único fin de ser mostrados en la comunidad.



Captura de pantalla. Fuente: www.pixiv.net

Página principal de Pixiv. La mayoría de menús aparecen en inglés. Tras el registro, se puede escoger entre varios idiomas: Inglés, japonés, chino, coreano, ruso y francés.

Además, Pixiv, ofrece cierta protección para los artistas. Al tratarse de una comunidad cerrada a miembros registrados se asegura cierto hermetismo; si bien no han tardado en surgir miembros que se registran únicamente para tomar el trabajo de otros y presentarlo

en otros espacios. No obstante estos *stalkers* o *art thieves*, Pixiv resulta más hermético que las otras dos comunidades objeto de este estudio y que otros referentes como Deviantart.

En Japón, la censura para las obras cuyo contenido pueda herir la sensibilidad es bastante más permisiva, o quizá se debería decir que los artistas han sabido encontrar fórmulas para burlar la ley y mostrar trabajos de cualquier índole en diversos espacios. La censura en Pixiv se limita a respetar la legislación japonesa, lo cual implica la prohibición de mostrar vello púbico o genitales (masculinos y femeninos) en su totalidad. Los artistas usuarios pueden presentar obras eróticas, pornográficas o grotescas sin ningún impedimento, previa clasificación de los trabajos mediante los dos filtros *para adultos*. La clasificación *R-18* incluye obra erótico-pornográfica (limitada por los parámetros antes mencionados), y la clasificación *R-18G (Grotesque)* incluye trabajos de temática escatológica, excesivamente violenta o *gore*. Para los usuarios, existe la opción de activar o desactivar el filtro para, así, permitir o no la visualización de estas obras. Los visitantes (sin registrar) tienen acceso a una muestra (a menor tamaño) de cualquier trabajo, incluso los clasificados *para adultos*.

Otro aspecto a tener en cuenta son los *tags* o etiquetas, que constituyen el punto clave cuando se accede a Pixiv y se entra en la dinámica como red social de la página. Un usuario que presenta cualquier obra debe darle como máximo diez de esos *tags* (a su elección). De esa forma su trabajo será visible para cualquier otro usuario que introduzca uno de dichos *tags* en la opción de búsqueda. El sistema permite así organizar a los usuarios y/o artistas alrededor de grupos de afinidad, ya que se da una convergencia de intereses mediante la creación y/o búsqueda de trabajos que presenten los mismos *tags*. No obstante, se hablará más en profundidad de ellos en el apartado siguiente, ya que la faceta más sobresaliente de los *tags* es la contribución al carácter social y de relaciones sociales que se establecen en la comunidad.

Existe también en Pixiv la posibilidad de cambiar la categoría de usuario previo pago de 525 yenes al mes. Al adquirir una cuenta *Premium*, se hacen visibles algunas opciones

de usuario más, se obtiene trato preferente en los eventos organizados por Pixiv y se consigue acceso preferencial a los nuevos servicios creados por Pixiv. Esta opción se puso en funcionamiento en abril de 2009.

2.2.2 Drawr

Drawr, como apéndice de Pixiv en forma de servicio adicional (junto a otros como Pixiv Chat o Draw Twitt (en los que no se detiene este trabajo por ser éstos muy similares al propio Drawr), viene a llenar el vacío de frescura y creación inmediata para compartir al instante que existía en Pixiv y que estaba ofreciendo Tegaki Blog desde hacía un tiempo. Al tratarse de un servicio adicional, se puede acceder mediante la cuenta de Pixiv o creando una cuenta específica.

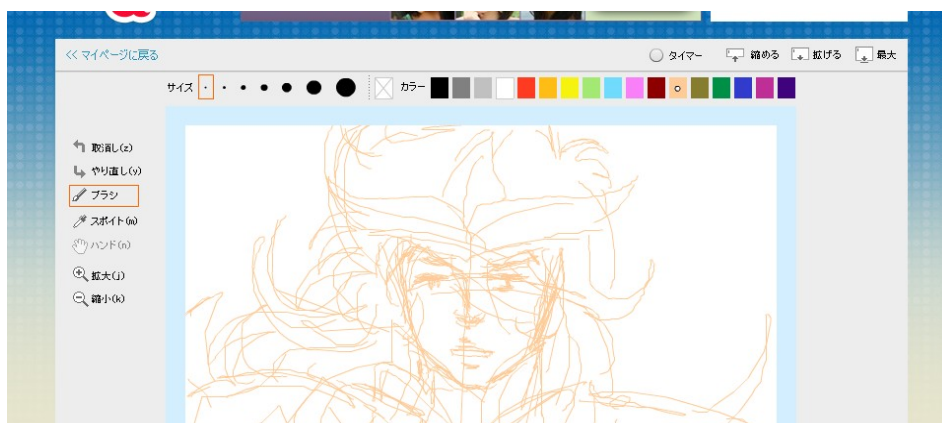
En cuanto a sus características técnicas, hay que destacar la sencillez en lo concerniente a la creación y presentación de los trabajos. Las herramientas predeterminadas para que el artista usuario pueda dibujar *online* son limitadas, pero el reto artístico que plantea esta comunidad es poder crear obras muy elaboradas con unas herramientas sencillas. La posibilidad de grabar el proceso añade un valor didáctico a este servicio, ya que permite visualizar las técnicas y trucos que usan otros artistas. Ésta es una de las características que ha atraído a más usuarios a esta comunidad.



Captura de pantalla. Fuente: www.drawr.net

Página principal de un usuario de Drawr (ハトリ, Hatori), en la cual se pueden observar las diferentes entradas que éste realiza. A la derecha, el perfil de usuario personal, y los elencos de usuarios “People” y “Friends.”

Otra cualidad que despertó el interés de la comunidad radica en su inmediatez y frescura. Las obras resultantes son menos elaboradas si las comparamos con las obras presentadas en Pixiv, pero su encanto reside en el carácter inmediato de su creación-difusión-respuesta. Drawr, y también Tegaki Blog, como se verá en breve, cumplen la función de diarios ilustrados. Se comparten las obras, pero también las ideas (hay usuarios que utilizan las herramientas predeterminadas para escribir, en vez de dibujar) y por lo tanto es más visible el deseo de *feedback*, es decir, de explotar la función como red social.



Página de creación de nueva entrada del usuario Kanpekikiss. Captura de pantalla. Fuente: www.drawr.net

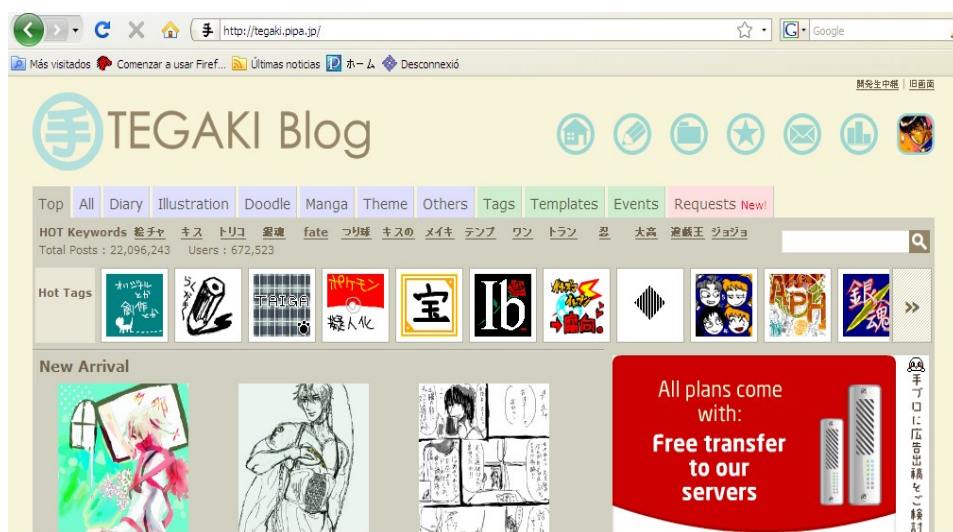
Herramientas predeterminadas de Drawr. La limitación de colores y lápices disponibles marca la diferencia con respecto a Tegaki Blog.

El hecho de no requerir registro para visualizar los trabajos de otros usuarios revela cierta desvalorización de las obras que se exhiben, en comparación con Pixiv (recordemos que Drawr es un servicio adicional de Pixiv). Esto crea una jerarquía de índole artística en la percepción: los trabajos de calidad y que deben ser protegidos de las miradas de los *stalkers* están en Pixiv, y los trabajos menores, directos, ligeros que son accesibles a cualquier visitante están en Drawr.

2.2.3 Tegaki Blog

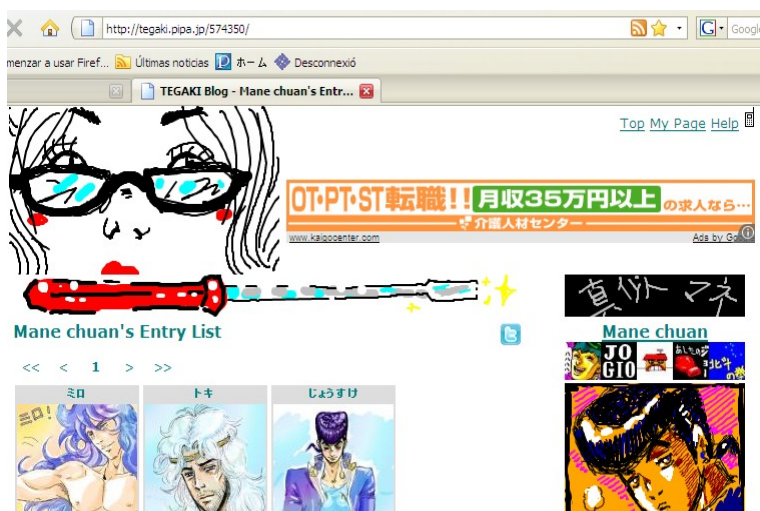
En cuanto a la tercera de las comunidades objeto de este estudio, Tegaki Blog, hay que destacar un diseño de la página principal en forma de archivador, cosa que hace extremadamente fácil su utilización, tanto para el usuario-artista como para el visitante.

Tegaki Blog no requiere de registro para poder visualizar los trabajos, rasgo que comparte con Drawr. Favorece formas de expresión artística más espontáneas de las cuales prevalece su valor de inmediatez, frescura y transmisión de un estado de ánimo concreto por parte del artista (así como una necesidad de *feedback* igualmente inmediato) por encima de su valor como obra de arte en sí. Estas funciones hacen de Tegaki Blog una red social de artistas que se comunican mediante pequeños e inmediatos trabajos más que un catálogo de la obra personal de cada usuario.



Captura de pantalla. Fuente: <http://tegaki.pipa.jp/>

Página principal de Tegaki Blog, donde pueden apreciarse las distintas etiquetas o *tags* (en forma de fichero con pestañas) y las opciones de usuario (arriba a la derecha)

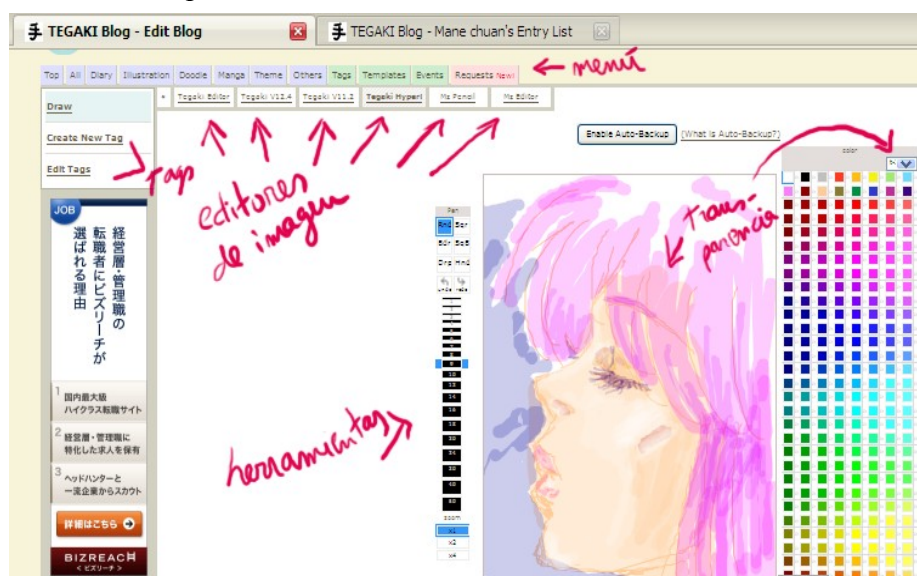


Página del usuario Mane chuan. Captura de pantalla. Fuente: <http://tegaki.pipa.jp/574350/>

Página personal de un usuario de Tegaki Blog. El diseño de la página personal corre a cargo del artista, éste ha de dibujar “a mano” toda la decoración que aparece.

Al igual que Drawr, Tegaki Blog dispone de un espacio habilitado para crear ilustraciones y presentarlas de forma inmediata. Las herramientas para la creación de los trabajos están predeterminadas y son igualmente limitadas. Pese a ello, su versatilidad unida a la habilidad del usuario hacen posible obras singularmente bellas que sorprenden precisamente por haber sido creadas en unas condiciones que se asemejan a las que ofrecen programas de dibujo, como el Paint Brush, presente en todos los sistemas operativos Windows, o el Photoshop, popular programa de edición, retoque y creación de imágenes. La evolución de las herramientas ha ido ligada a la mejora de la web en sí.

La diferencia entre Drawr y Tegaki Blog radica en el nivel de elaboración de herramientas y opciones de búsqueda. Mientras que Drawr aboga por la sencillez extrema de contenidos, opciones y herramientas, Tegaki Blog se ha desmarcado actualizando su página web en los últimos dos años (desde que Drawr entró en funcionamiento) para ofrecer a sus usuarios la posibilidad de crear diarios *online* más elaborados y con opciones de búsqueda equiparables a las de Pixiv. De este modo, Tegaki Blog se postula como una comunidad intermedia entre Pixiv y Drawr: las obras mostradas pueden llegar a tener una calidad artística indiscutible y la búsqueda y comunicación con el resto de usuarios es también un factor que se cuida al máximo.



Página del usuario Mane chuan. Captura de pantalla. Fuente: <http://tegaki.pipa.jp/574350/>

Herramientas predeterminadas de Tegaki Blog para realizar las obras que figurarán en la galería de usuario. Bajo el formato de fichero de los *tags* de la página se encuentran las diferentes opciones de herramientas de dibujo, según el tipo de ilustración a realizar, se deberá escoger entre una u otra.

Comparado con Drawr, Tegaki Blog es esencialmente una página web más completa y original. Tanto las obras que se presentan como el diseño de la página personal del usuario se realizan mediante las herramientas predeterminadas disponibles. Ello se ha convertido en un incentivo que ha conllevado que un buen número de páginas personales de cada usuario sea un inagotable catálogo de originalidad, vistosidad e ingenio creativo.

2.3 Comunidad y Servicios.

Al margen de las características técnicas que ponen los proveedores²⁶ de las comunidades a disposición del usuario, existen otros componentes que, bajo el epígrafe “Comunidad y Servicios,” se refieren al uso de la comunidad como red social (comentarios, chat, mensajería...) y también al papel de la comunidad como plataforma promotora de eventos, espacios de interacción y actos externos a la actividad *online* en sí. Estas funciones organizan a los usuarios como colectivo artístico y consumidor dentro de un determinado tipo de actividades tales como exposiciones, ferias temáticas de cómic y/o *doujinshi*.

Este apartado estudia en mayor profundidad el aspecto social o de comunicación y relación entre los usuarios de estas tres comunidades de artistas. La dimensión y potencial como red social en sí y las opciones de comunicación y obtención de *feedback* por parte de los artistas recae en estos componentes. Por lo tanto, constituyen el soporte donde se fija la popularidad que puede llevar a un usuario a superar su condición de *amateur*. Además, se ofrece una aproximación a las actividades externas a las comunidades, si bien, debido a no poder realizar una observación participante, ésta será una aproximación superficial pendiente de ampliación en futuras investigaciones.

26 Proveedor: en inglés ISP (Internet Service Provider) Proveedor a gran escala de la conexión a Internet. Normalmente se trata de las compañías telefónicas que alquilan la conexión a los proveedores de acceso a Internet y servicios de información, alquilados a su vez por los clientes particulares. Fuente: businessdictionary.com

2.3.1 Pixiv

De Pixiv hay que destacar su influencia dentro del ámbito artístico *amateur* con puentes al campo profesional, como demuestran las diversas publicaciones²⁷ que se derivan de los trabajos presentados en el soporte *online* propio de la página web de Pixiv. Sin embargo, Pixiv no es sólo un catálogo a disposición de usuarios-consumidores-creadores, sino que también son importantes los mecanismos mediante los cuales se articulan sus más de dos millones de usuarios para formar una comunidad social. Las aplicaciones que forman el entramado comunicativo de Pixiv son las siguientes:

2.3.1.1 Tags

Los *tags*²⁸ o “etiquetas,” como quedó dicho con anterioridad, permiten acceder de forma directa a aquellos usuarios o trabajos cuya temática, técnica artística, tipología de personajes representados o cualquier otro rasgo distintivo puedan resultar de interés. El uso de la categoría Tag está reservado a la opción de búsqueda (los usuarios-consumidores buscan obras interesantes según sus preferencias) y a la opción de presentar una obra propia, mediante la cual uno etiqueta la obra a fin de hacerla accesible a los usuarios-consumidores. Una misma obra puede tener hasta diez de esos *tags*, impuestos por el creador o impuestos por otro usuario. El autor, al presentar su obra puede incluir o no hasta diez de esos *tags*. Otro usuario, además, puede añadir otros *tags*, nunca modificar los ya escritos. De esa forma se establece una especie de diálogo entre el creador y el usuario que impone una etiqueta en la obra de otro. Un *tag* asignado desde fuera tiene la misma fuerza comunicativa que un comentario, pero a su vez limita casi por completo la opción de respuesta por parte del artista.

27 Se trata de las publicaciones que serán analizadas en detalle en el siguiente capítulo: *Pixiv Annual* 2009 y 2011, *Pixiv Girls* (2009), *Quarterly Pixiv vol.07* (2012), de la editorial Enterbrain; y *Paint Tool Sai Deji E wo Kakou!!* (2009), de la editorial Inforest.

28 “Tag” (タグ *tagu*) con mayúscula inicial, se refiere al inventario que incorpora la función mediante la cual se asignan los *tags* (en minúscula y cursiva), o etiquetas individuales.



Página de la galería del usuario mane. Captura de pantalla.

Fuente: http://www.pixiv.net/member_illust.php?mode=medium&illust_id=26663145

Detalle de una obra presentada en Pixiv.

2.3.1.2 Usuarios favoritos/Usuarios My Pic

La vía más habitual para ingresar y participar de una comunidad artística es la siguiente: búsqueda mediante *tags* de obras que puedan ser de interés, localizar alguna que llame la atención e inmediatamente buscar a su autor. Este procedimiento viene favorecido por el diseño de la propia web y por la experiencia de otras redes sociales. Una vez en la galería del autor, se comprueba que su obra es mayoritariamente interesante, se designa al autor como un “usuario favorito” y así, cada vez que actualice su galería, se tendrá constancia de ello y será fácil seguir su trabajo. Pixiv, además, ofrece la opción de ocultar la identidad, lo que otorga casi un estatus de “admirador secreto” de la obra de otro. Por defecto, sin embargo, alguien es designado como “usuario favorito” de manera pública.



Página de la galería del usuario mane. Captura de pantalla. Fuente: <http://www.pixiv.net/mypage.php>

Situación en la página personal (visible para cualquier usuario) de los “usuarios favoritos” y los usuarios My Pic.

Los usuarios My Pic, en cambio corresponden a las amistades más cercanas al usuario de entre todos los contactos de la comunidad. Para ello hay que enviar una solicitud My Pic y, si la contraparte acepta, se crea un vínculo afectivo especial. No existen otros privilegios u opciones extra a raíz de crear un vínculo mutuo mediante My Pic. Los usuarios favoritos y los usuarios My Pic aparecen en la página principal, por lo tanto cualquier usuario que visite cualquier galería podrá rápidamente distinguir a los “ídolos” de los “amigos,” con lo cual la función comunicativa de estas dos categorías se reduce a dibujar un mapa de las afinidades susceptible de ser descifrado inmediatamente por cualquiera que acceda a una página personal.

2.3.1.3 Comentarios

Un artista, al presentar una obra, puede desactivar esta función, que está activada por defecto. Si se mantiene la opción por defecto, se posibilita que cualquier usuario

registrado escriba un comentario sobre una obra. Cuando se reciben nuevos comentarios, estos se reproducen en el Pop Board (página principal). Sin embargo no existe la opción de “responder” al comentario recibido. El artista puede escribir otro comentario distinto en respuesta, pero no se recibe ninguna notificación de respuesta, con lo cual la función comunicativa de los comentarios es muy limitada; su capacidad dialógica, discontinua.



Página de la galería del usuario mane. Captura de pantalla.

Fuente: http://www.pixiv.net/member_illust.php?mode=medium&illust_id=26179299

En el detalle de la imagen se muestra una conversación mediante comentarios.

2.3.1.4 Bookmarks²⁹ (o Favoritos) y Puntuación

Mediante estas opciones se da a entender a un artista que su trabajo es del agrado de otro. Bookmark es un catálogo de aquellas obras creadas por otros artistas y que gustan al punto de desear disponer de ellas en la propia página de usuario, cada obra puede recibir tantos *bookmarks* como usuarios existan en Pixiv. De esa forma se tiene un rápido acceso a la colección de arte personal. Los *bookmarks*, pues, aluden a otra faceta del usuario, la del coleccionista. La función comunicativa, aunque limitada, es digna de tener en cuenta, ya que el artista sabe qué usuarios toman sus trabajos como *bookmarks* y por lo tanto es muy común visitar las páginas personales en busca de obras de similar temática (es decir, en búsqueda de afinidad artística y personal). Además, el número de

²⁹ Bookmark (ブックマーク) con mayúscula se refiere a la categoría de “Obras Favoritas” y *bookmark*, en minúscula, se refiere a la notificación que se envía o recibe cuando se selecciona una obra favorita.

bookmarks que acumula una obra es visible en la página principal, junto con el título, una previsualización en miniatura y el nombre del autor. Se trata pues, de la visibilización del reconocimiento de la comunidad a una determinada obra. En la propia galería también se pueden ver destacadamente los *bookmarks* obtenidos, junto con el número de comentarios recibidos, el número de visualizaciones, el número de valoraciones y el número de puntos otorgados por los usuarios que han valorado nuestro trabajo.

Los puntos son otra forma de valorar una obra sin tener que incorporarla en una colección Bookmark. A través de iconos con forma de estrella es posible otorgar de una a diez estrellas. Se trata de una valoración anónima, a diferencia del *bookmark*, y por lo tanto su función comunicativa se reduce a que el artista puede considerar su obra valorada en función de los puntos recibidos. Estos puntos servirán para elaborar los *rankings* diarios/semanales/mensuales de los que se hablará a continuación.



Página de la galería del usuario aelina. Captura de pantalla.

Fuente: http://www.pixiv.net/member_illust.php?mode=medium&illust_id=27466663

Arriba a la derecha puede observarse la ubicación de las estrellas para puntuar la obra de cualquier usuario de Pixiv.

2.3.1.5 Mensajes privados, Stac Feed y Pop Board

Un sistema de mensajería privada es de inclusión casi obligada para cualquier comunidad *online*. En Pixiv, los mensajes privados tienen la misma función comunicativa que en el resto de redes sociales tales como Facebook, Twitter, Tumblr, etc.

Stac Feed y Pop Board son un registro de la actividad de los usuarios favoritos y My Pic en el primer caso, y de la actividad que registra la página personal (recuento de puntos, número de *bookmarks*, actualización de usuarios que añaden a uno como usuario favorito, etc) en el segundo caso. La función comunicativa del Stac Feed reside en mostrar la actividad de los “amigos” en la comunidad y poner al alcance nuevas imágenes que son susceptibles de elicitar aprobación o atracción suficiente como para visitar/agregar a un usuario favorito/marcar como *bookmark* una o varias obras de un determinado artista/contactar mediante mensaje privado o comentario, etc.

2.3.1.6 Eventos

Los eventos son una actividad externa a la actividad *online* que dependen de la comunidad. En ellos se hacen tangibles los postulados artísticos y sociales de Pixiv. También son una oportunidad de reunir físicamente a los usuarios de la comunidad. Como ya se ha comentado, la carencia de recursos para asistir físicamente a estos eventos no permite elaborar un análisis profundo de los mismos. Así pues, queda pendiente para futuros trabajos una investigación más rigurosa sobre este tema. El trabajo desarrollado en cuanto a eventos ha consistido en la elaboración de un pequeño listado de los eventos y actividades que se promocionan desde la web de Pixiv:

-*Pixiv Festa*: Evento dedicado a la promoción de artistas de Pixiv mediante exposiciones. Están concebidos de manera que se trasladan la interfaz y recursos de *Pixiv* “a la realidad”: los visitantes a la exposición puntúan mediante estrellas adhesivas las obras presentadas y un libro gigante bajo cada obra permite dejar comentarios al respecto. Se celebra anualmente en el East Design Festa Gallery (Tokio).

-*Pixiv Zingaro*: Galería de arte a disposición de artistas de Pixiv para elaborar sus propias exposiciones.

-*Pixiv Market*: Evento celebrado en el centro de convenciones Tokyo Big Sight. Muy similar al Comiket, eventos especialmente enfocados a la promoción y venta de *doujinshi* (fanzines).

-Eventos de *doujinshi*: Existe, en la página principal de Pixiv, de forma accesible para cualquier usuario o visitante, un calendario de eventos de *doujinshi*. Dicho calendario es mensual y está elaborado por los propios usuarios que participan en esos eventos y se adscriben a la entrada del calendario correspondiente a un evento determinado. Así pues, haciendo clic sobre aquel evento de interés, puede saberse al instante qué usuarios de Pixiv participan en el evento e incluso dónde estarán ubicados en el recinto. Este calendario representa un recurso útil para los aficionados al *doujinshi*, ya que les permite tener localizados todos los eventos y saber con mucha antelación si sus autores-usuarios de Pixiv favoritos estarán presentes.

2.3.2 Drawr

Las posibilidades como comunidad de Drawr añaden una pequeña ampliación respecto a las de la plataforma de la cual depende, Pixiv. Puesto que se trata de un servicio adicional de Pixiv, Drawr incorpora pocas opciones nuevas para articular al colectivo usuario. En su eslogan encontramos la esencia de la filosofía de este servicio:

Drawr（ドロワー）は、イラストや日記を手描きで投稿できるコミュニケーションサービスです。

Drawr es un servicio de comunicación mediante contribuciones (ilustraciones y diarios) dibujadas “a mano”.

手描き (*tegaki*, “escrito/dibujado/hecho a mano”) es la palabra clave tanto en Drawr como en Tegaki Blog. Resulta reveladora la adopción e incorporación al ámbito de las nuevas tecnologías de un término cuyo significado posee una pátina artesanal. En su intento de reivindicar el arte creado mediante procedimientos no manuales (pinturas, lápices, tinta, etc), se le otorga prestigio y se le inviste de un aura de “manualidad” a través del término *tegaki*. Esta operación discursiva equipara ambas esferas en el plano del reconocimiento artístico. Así pues y pese a tratarse de obras que sustituyen los pigmentos por píxeles, el valor artístico se reivindica idéntico al de cualquier obra hecha

por los procedimientos tradicionales.

Volviendo a las opciones comunicativas de Drawr, pueden resumirse como “un diario dibujado *online*.” Un diseño de página web sencillo, con pocas opciones y un menú íntegramente en inglés (excepto los términos de las opciones compartidas con Pixiv, que se mantienen en japonés para una asociación y comprensión más rápida), contribuyen a que la atención del usuario se dirija de inmediato a los contenidos que el artista crea para la presentación de este diario dibujado.

Las entradas pueden corresponder a entradas creadas por el artista y susceptibles de ser respondidas mediante otra ilustración (o comentario) por cualquier usuario, o pueden tratarse de respuestas que ha hecho el artista a otros diarios Drawr. De este modo, se obtiene una especie de diario ilustrado interactivo, lo cual representa la opción comunicativa más interesante de esta comunidad artística.



Entrada del usuario ハトリ. Captura de pantalla. Fuente: www.drawr.net

En este detalle puede apreciarse el origen de las entradas: una entrada propia del usuario (marcada en rojo) y otra que se ha realizado en respuesta a otro usuario (marcada en verde).

Como es de esperar, Drawr también cuenta con un servicio de mensajería privada y la opción de escoger usuarios favoritos, que en este caso se denominan People, y usuarios My Pic, que en Drawr tienen el nombre de Friends.

Al igual que en Pixiv, los usuarios favoritos o People son aquellos usuarios, cuya obra

es de interés y se desea tener constancia de las nuevas entradas que realicen, y los usuarios My Pic o Friends son aquellos con los que se establece un vínculo más estrecho (intervenciones en sus diarios de manera más asidua o creación de entradas del diario propio que sólo puedan visualizar los Friends).

En Drawr no existe opción de búsqueda, por lo tanto sólo es posible encontrar usuarios afines a través de las respectivas cuentas de Pixiv asociadas, también a través de la página principal que destaca aquellas entradas más populares y, la opción más utilizada, a través de ir navegando de diario en diario hasta dar con una entrada que resulte interesante.

Drawr consigue complementar a Pixiv con la creación de diarios interactivos dibujados con herramientas muy rudimentarias (similares al Paint Brush). El reto está en sacar todo el partido posible a dichas herramientas con tal de crear un diario estéticamente atractivo para los visitantes, o bien usar las herramientas predeterminadas para crear entradas divertidas y desenfadadas que provoquen una sonrisa en los visitantes (e incluso una respuesta) o bien para interactuar mediante ilustraciones con los Friends.

La opción de respuesta “add your comment” permite dejar una respuesta a cualquier entrada de cualquier usuario, como se muestra en la imagen.



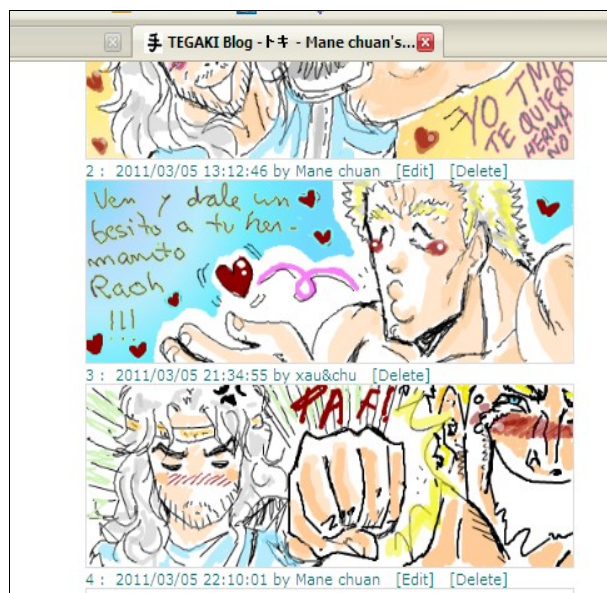
Entrada del usuario kanpekikiss. Captura de pantalla. Fuente: www.drawr.net

Herramientas para crear una respuesta a una entrada existente. En azul el botón de “Upload”.

Otros servicios como eventos o disposición de espacios físicos para la celebración de encuentros entre los miembros no están contemplados en el ámbito de Drawr.

2.3.3 Tegaki Blog

En cuanto a la tercera de las comunidades objeto de este estudio, Tegaki Blog, hay que destacar fundamentalmente su faceta de red social artística, más que su uso como galería/catálogo de artistas en potencia. Al igual que Drawr, Tegaki Blog basa su fuerza como comunidad aglutinante de un colectivo artista en la articulación de diarios *online* interactivos creados mediante aportaciones de los usuarios (comentarios e ilustraciones) dibujadas *online* con las herramientas predeterminadas que el proveedor pone al servicio de los usuarios.



Entradas de los usuarios manechuan y xau&chu. Captura de pantalla.

Fuente: <http://tegaki.pipa.jp/574350/18776939.html>

Comentarios correlativos que crean una conversación online por medio de ilustraciones.

Al igual que en Drawr, un usuario puede contestar a una entrada a través de una pequeña ilustración, dando lugar a historias correlativas a partir del tema introducido (con esa intención o no) por el primer usuario. Los comentarios actúan como viñetas secuenciales de una historia. Se dan casos también de usuarios que se “contestan a sí mismos” y crean sus propias historietas, mientras que el visitante se limita a seguirlas sin intervenir.



Entradas en respuesta a una ilustración del usuario たつみ (Tatsumi).

Captura de pantalla. Fuente: <http://tegaki.pipa.jp/478838/22080286.html>

Ejemplo de fragmento de entradas secuenciales por un mismo autor, *Tatsumi*. A destacar que ningún otro usuario ha intervenido en esta secuencia de 28 comentarios en total.

El comentario como valoración (positiva o negativa) también es posible en Tegaki Blog, lo que puede convertirse en una manera de conocer a otros usuarios que, posiblemente, hagan aumentar el número de amigos en la comunidad. El hecho de que las respuestas son gráficas y requieren cierta dedicación revaloriza el comentario por ambas partes. Por lo general, cuando alguien comenta una obra con una ilustración más o menos elaborada es porque esa obra le ha llamado positivamente la atención. Quien recibe el comentario sabe que su obra ha sido merecedora no sólo de unas palabras, sino también de un dibujo y del tiempo y trabajo³⁰ requeridos para su elaboración. Esta estrategia comunicativa sirve como filtro: los comentarios se reducen en número, si los comparamos con Deviantart y Pixiv, pero la relación que se crea entre quienes los efectúan es más cercana. No se sólo se demuestra la afinidad mediante las palabras

30 Por trabajo se entiende no sólo el hecho de llevar a cabo una pequeña ilustración o comentario escrito. Hay que recordar que, para participar en Tegaki Blog, es preciso registrarse. Por lo tanto se dan casos en que, ante una obra interesante, el visitante puede sentirse compelido a registrarse en la comunidad con tal de comentar e interactuar con los artistas que son de su interés.

escritas (puede haberlas o no), sino que en la mayoría de los casos, también se manifiesta una afinidad estilística o conceptual con respecto a la obra de los usuarios que se interrelacionan.



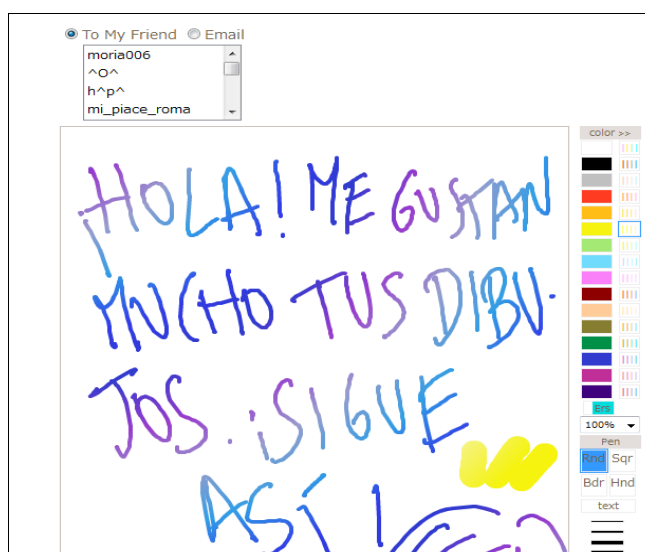
Secuencia de comentarios que muestran valoración y respuesta.

Captura de pantalla. Fuente: <http://tegaki.pipa.jp/574190/22075559.html>

Ejemplo de comentario recibido y contestado, entablando una relación de amistad.

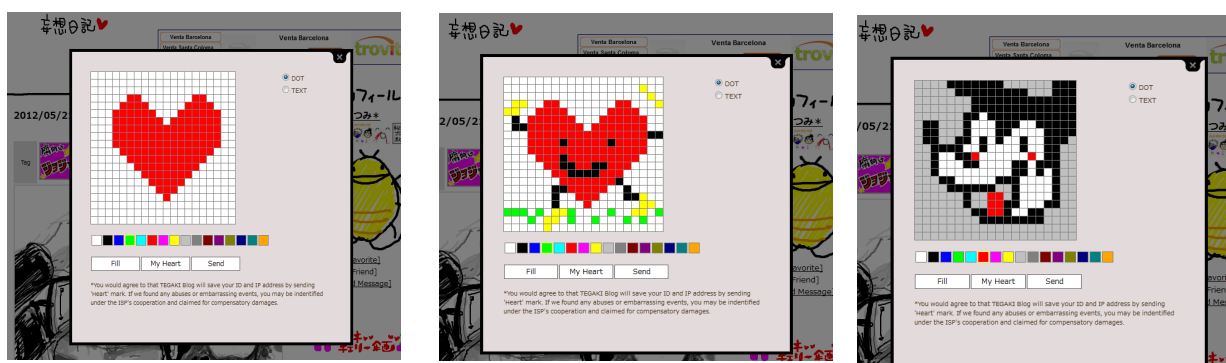
En el caso de la imagen de arriba, puede apreciarse una similitud estilística entre ambos usuarios. Aunque ése es el motivo habitual para entablar una relación (la afinidad estilística o temática en las obras), también se dan casos de admiración hacia grafismos muy diferentes al propio. Dicha admiración suele traducirse en un deseo por incorporar las técnicas del otro al propio arte o simplemente en la curiosidad que despierta ver las mismas temáticas en diferentes estilos de dibujo.

Los mensajes privados también son una forma de comunicarse en Tegaki Blog. En este caso, la fórmula para escribir un mensaje es la misma que para dejar un comentario: dibujándolo “a mano.” Esta opción es válida sólo para enviar mensajes privados a aquellos usuarios que son “amigos,” o bien pueden enviarse a cualquier dirección de *email* con independencia de que el receptor sea usuario o no.



Ejemplo de mensaje privado realizado expresamente para este trabajo.

Otra herramienta de comunicación habilitada por el administrador consiste en la entrega de “corazones,” un canal comunicativo que funciona en un plano más elemental y liviano que el de los comentarios. Este sistema es parecido al sistema de puntuación de Pixiv. El número de corazones (visible sobre cualquier obra presentada) es un baremo de la aceptación de la entrada en cuestión. Sin embargo, dentro de las limitaciones impuestas por las herramientas disponibles, la libertad creativa hace que el corazón pueda ser personalizado al gusto del creador. De nuevo, la elaboración representará una valoración más o menos implicada.



Varios ejemplos de corazones: normal, ligeramente “customizado” y totalmente personalizado. Creados expresamente para ilustrar este trabajo.

2.4 Comparativa con la comunidad euroamericana en Deviantart.

Pixiv, Drawr y Tegaki Blog son comunidades artísticas *online* recientes y, pese a que de todas ellas se desprende una estética basada en productos japoneses tales como el manga y el *anime*, existe un referente global con el que comparten espíritu y características técnicas. Se trata de Deviantart (dA), comunidad de artistas *online* que, desde el año 2000 y hasta el presente 2012, ha acumulado 19 millones de usuarios (Deviantart 2012a).

Aunque el objeto de estudio de este trabajo son las tres comunidades japonesas descritas anteriormente, una breve comparativa con Deviantart ha puesto de manifiesto otras características propias de Pixiv, Drawr y Tegaki Blog. Observando qué aplicaciones han tomado de Deviantart, se puede concluir que, pese a las evidentes similitudes, los objetivos y estrategias comunicativas han seguido caminos distintos, y ello ha provocado la creación de dos sellos distintivos: uno que apuesta por la comunicación, el establecimiento de relaciones, una estética artística y un mercado globales; y otro que apuesta por la valoración objetiva, la privacidad, una estética artística autóctona y la creación de un mercado local con productos competentes.

Debido a su “longevidad,” Deviantart es una comunidad que ya ha alcanzado cierta madurez dentro del circuito profesional de la ilustración y el diseño fuera de Japón ya resulta frecuente que los profesionales mantengan un *book* con una selección de sus trabajos en una cuenta dA, que figura en sus currículos y es considerada por los contratantes (algo que, además, convive con el incremento de la tendencia a hacer un escrutinio de la actividad de los candidatos en las redes sociales antes de contratarlos).³¹

Por su complejidad no resultaría conveniente detenerse en aclaraciones que no figuren dentro de los parámetros que se han establecido para la elaboración de esta somera

31 Según el Informe *Infoempleo sobre redes sociales y mercado de trabajo*, un 14% de profesionales de recursos humanos ha seleccionado o rechazado alguna vez a candidatos “por su actividad en las redes sociales” (2012:37).

comparativa. Así, para mantener la coherencia, a continuación se recupera el cuadro que figura al inicio del capítulo. En esta ocasión, se prescinde de Drawr y Tegaki Blog para establecer sólo una comparativa a simple vista con Pixiv (comunidad más similar a Deviantart), y posteriormente entrar en los detalles que conciernen al tema “Comunidad y Servicios,” ya que es en este punto donde surgen las diferencias más notables.

Características/Comunidad	Pixiv	Deviantart
Logo/Eslogan Fecha de lanzamiento Creador	 “It’s fun drawing” 10/09/2007 Takahiro Kamitani 2 millones de usuarios (enero 2012)	 “Where Art meets application” 07/08/2000 Scott Jarkoff, Matthew Stephens, Angelo Sotira (Todos estadounidenses) 19 millones de usuarios (2012)
Página Web	http://www.pixiv.net/	http://deviantart.com/
Registro	Es necesario (para visitar y participar)	Es necesario (para participar)
Menú principal (en negrita, las opciones visibles una vez se es un miembro registrado)	<ul style="list-style-type: none"> -Filtro R-18 (Activar/Desactivar) -Ayuda -Ajustes -Desconexión -Búsqueda -Búsqueda de novelas -Índice de eventos -Servicios -Noticias -Artistas destacados -Ranking diario/semanal/mensual -Ranking de novatos (rookies) -Servicios -Condiciones de uso -Avisos -Publicidad -Información de la empresa -Funciones de edición (los detalles, a continuación) 	<ul style="list-style-type: none"> -Página de registro -Página de ingreso -Tour por la web -Búsqueda -Tienda y artículos relacionados -Deviant Muro (nueva aplicación) -Categorías -Nuevos trabajos -Página personal -Edición del perfil -Trabajos -Diario -Deviant Id (información personal) -Registro de mensajes -Amigos -Impresiones (prints) -Visitantes (watchers) -Desconexión -Funciones de edición (los detalles, a continuación) -Publicidad -Aviso -Ayuda -Contacto -Condiciones de uso -Política de Privacidad

Funciones de Edición	<ul style="list-style-type: none"> -Subir trabajos (ilustración, novela, manga) -Galería propia -Bookmark: Favoritos -Stac Feed: registro de comentarios -Mensajes privados -Pop Board (registro de actividad en la página personal) 	<ul style="list-style-type: none"> -Subir trabajos (ilustración, novela, fotografía...) -Galería propia -Favoritos -Deviantwatch (usuarios favoritos) -Mensajes privados, "Notas" -Estadísticas de la galería -Registro de actividad: favoritos recibidos, deviantwatch recibidos, notas recibidas, nuevas obras de autores favoritos o clubs favoritos...) -Diario personal (Journal) -Identificación personal (Id)
Funciones de Usuario	<ul style="list-style-type: none"> -Información de perfil -Acceso a cuenta premium -Unirse a un grupo -Grupos recomendados -Usuarios favoritos, Bookmark -Usuarios favoritos, My Pic -Edición de la página personal 	<ul style="list-style-type: none"> -Información de perfil -Usuarios favoritos (Friends) -Editar el diario personal (Journal) -Edición de la página personal -Unirse a un grupo -Contestar a notas y comentarios recibidos
Categorías Respecto a las obras presentadas y respecto a las opciones de búsqueda para las mismas	<ul style="list-style-type: none"> -Mediante <i>tags</i> a elección personal (nombre del personaje, serie a la que pertenece, estilo...) -Clasificación: normal/ R-18/ R-18 Grotesque -Nivel de privacidad (visible para todos, para los usuarios My Pic, o no visible) -Respuesta de imagen -Elaborar encuesta -Herramientas utilizadas (Digitales/ Manuales) 	Categorías predeterminadas: -Anime & Manga/Anthro/Artisan Crafts/Cartoons & Comics/Community Projects/Contests/Customization/ Designs & Interfaces/deviantART Related/Digital Art/Fan Art/Flash/Literature/Photography/ Ressources & Stock Images/Traditional Art -Subcategorías de carácter técnico y/o temático: (Digital o manual, paisaje, retrato...) -Palabras clave (<i>keywords</i>) que el usuario añade a las categorías predeterminadas cuando presenta una obra -Contenido para adultos: sí, no, aviso. -Posesión de licencias (<i>copyright</i> sobre la imagen, etc)
Suscripción/Precio	Cuenta <i>Premium</i> =525 yen/mes	Miembro <i>Premium</i> = 3'76 €/mes 6,04€/trimestre 22'77€/año
Idiomas disponibles	Japonés, chino, inglés, coreano, ruso, francés y tailandés	Inglés

La observación del cuadro lleva a extraer como primeras conclusiones que Deviantart cuida más el uso comunicativo de la red social que su equivalente japonés. También la categorización de las obras es más exhaustiva en Deviantart que en Pixiv, la cual delega casi totalmente en los *tags* que escriba el usuario a voluntad, a excepción de las características técnicas. En Deviantart, en cambio, la obra ha de ser obligatoriamente incluida en una de las categorías predeterminadas, que el usuario puede complementar después con palabras clave que indiquen, por ejemplo, el nombre del personaje que aparece, el lugar, etc.

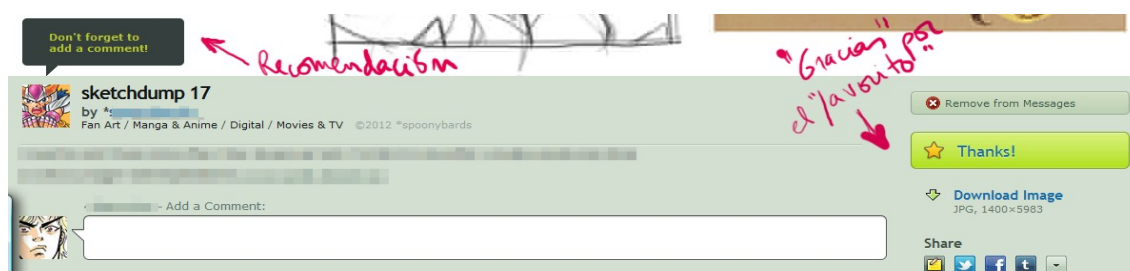
La siguiente comparativa gravita en torno a tres variables: las estrategias comunicativas, la privacidad/publicidad y la globalización/glocalización. A pesar de los solapamientos de estas variables, aquí se consideran de forma separada para facilitar la exposición de los datos. Ya que el objetivo de este trabajo es determinar las razones por las cuales de estas comunidades *online* puede surgir un colectivo semiprofesional capaz de aumentar la oferta de material con una determinada estética, la articulación a nivel social de dichas comunidades es un factor que, para la comunidad, trasciende el intercambio y la discusión artísticos de por sí. La elección entre políticas más globales o más locales también influye en la creación de determinados productos que van a ofertarse en un mercado concreto. Por consiguiente, es necesario también hablar de globalización.

2.4.1 Estrategias comunicativas

Como se ha apuntado tras presentar el cuadro comparativo, Deviantart da más importancia al carácter de red social de la comunidad artística: opciones de respuesta a cualquier tipo de comentario recibido, la publicación de un diario escrito junto a la galería, un tablero de mensajes, la visualización de aquello que el usuario considera como “favorito” y de aquellos usuarios que consideran “favorito” a uno, entre otras cosas, crea ya desde el primer vistazo a la página personal un mapa detallado de los “afectos”³² recibidos, del *feedback* que produce una obra determinada o un artista

32 “Afecto” en el sentido general, pero también en el sentido deleuziano de devenir cuantitativo que se sucede en la obra artística (con independencia del creador, artista) y provoca reacciones en el receptor. (Deleuze/Guattari 1993)

determinado. Mientras que en Pixiv, el mapa afectivo se reduce a ver aquello que gusta y a los usuarios que han aceptado la solicitud de amistad, en Deviantart puede encontrarse un gran repertorio de opciones dedicadas a la comunicación entre usuarios. Y, aunque es posible desactivar la opción de recibir comentarios, desde Deviantart recomiendan no desactivarla. Es más, cuando se escoge una obra como “favorita,” aparece el mensaje “Don't forget to add a comment!”



Página del usuario: <http://manechan.deviantart.com/> comentando una obra de otro usuario. Captura de pantalla.

Fomento de la comunicación en dA.

Los mensajes son una aplicación muy versátil en Deviantart. En Pixiv no existe la opción de responder a los mensajes recibidos, y por ello la posibilidad de conversación es muy limitada. Sin embargo, bajo la categoría “mensajes,” Deviantart esconde un abanico de posibilidades muy amplio: Así, se pueden aplicar diferentes criterios para acceder a los mensajes según sean *feedback*, noticias, relativos a la actividad como usuarios, mensajes privados (notas) o peticiones desde un determinado grupo de usuarios (correspondencia).

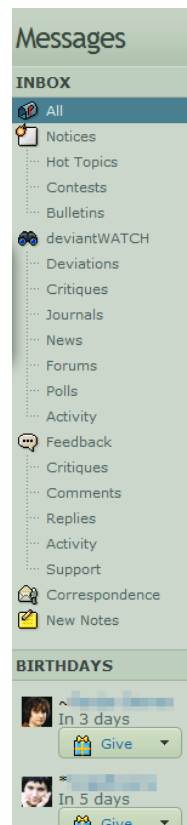
Chats, foros, Shout Box y Boards (o tableros de anuncios) completan la oferta comunicativa dentro del propio Deviantart, sin olvidar que existe la opción de compartir la obra presentada en otras redes sociales como Twitter, Facebook, Tumblr, etc. Desde hace algún tiempo esa opción también existe en Pixiv.

Captura de pantalla. Fuente: <http://deviantart.com/>

A la derecha, el desplegable de las categorías y opciones de los mensajes.

A pesar del amplio repertorio de opciones relativas a la mensajería puestas a disposición de un colectivo artístico, el contenido del grueso de comentarios enviados y recibidos no es de índole crítica respecto a las obras presentadas. Ese cometido se reserva prácticamente a la categoría denominada “Critiques.” Sobre ello, María Freitas recoge:

Most user page comments rely on just thanking for an addition of their work to the Favourites Gallery or for the addition to the Watchlist. Others are closer friends, greetings, strangers' compliments and also spammers' comments. Comments are usually very superficial and casual. Rarely more elaborated critics or observations to an artist or her work is done. (Freitas 2008:5)



Tras ocho años como usuaria de Deviantart, la experiencia de quien suscribe corrobora el comentario de Freitas. Esta práctica amable, la proliferación de comentarios insustanciales y versallescos, pero que alaban y animan al artista usuario a seguir presentando su obra, es objeto de comentarios críticos de tipo jocoso en otras redes sociales y comunidades tales como Youtube o Tumblr. Los propios usuarios de Deviantart son conscientes de las críticas y ello hace que valoren la forma afable de relacionarse en Deviantart y se adscriban a este proceder. Cualquier eventualidad fuera de este clima amable es susceptible de ser notificada. La reacción por parte de los administradores³³ es rápida, con lo cual la estructura se sustenta por medio de la cordialidad y conformidad a las reglas que rigen las relaciones entre los usuarios, sean “amigos” o no. Puede servir como muestra el siguiente mensaje y la respectiva respuesta enviada por Deviantart *al día siguiente* de que una usuaria (desconocida) “reportara”

³³ Administrador: Persona responsable de crear, mantener y gestionar uno o más servidores o sitios web. Se le supone conocimiento especializado para mantener la integridad en los contenidos de la web y de los enlaces incorporados. Actualiza la información tan a menudo como se requiera y atiende a las preguntas y problemas de los usuarios. Fuente: businessdictionary.com

una incidencia, causada por un tercero, a la cuenta utilizada para elaborar este trabajo.

V*** said the following:

M***,

Disculpa que te moleste pero me parece que este "artista" ha calcado tu dibujo, el muy sinvergüenza.

-Link-

No sé si reportarlo sirva pues a estos disque artistas les permiten calcar en DA....

Yo lo voy a reportar por si acaso...

V***

Your Violation Report on deviation 'Severus Snape_and_Lily Evans' from [\\$devart](#)

This is an automated message concerning a deviation which you previously reported, entitled *Severus Snape_and_Lily Evans*. A member of staff has reviewed your report and the deviation has been removed.

Additionally, the following comment was provided:

Immediate action taken.

Thank you for your report.

-- deviantART Staff

Aunque la adición de un usuario a una lista de favoritos no es una acción recíproca, debido a este ambiente cordial, no son pocos los usuarios que aumentan su lista de amigos no sólo siguiendo criterios artísticos, sino también de agradecimiento hacia los usuarios que “favoritean” muchos trabajos de la propia galería o hacia los que dejan grandes elogios en las bandejas de entrada.

Por todo ello, la faceta de red social (con el añadido de un ambiente apacible, aunque supervisado) prima sobre la faceta de comunidad artística (que también es evidente). En cambio, en Pixiv, la limitación en los comentarios, una valoración de las obras que no requiere de comentario o crítica y la ausencia de todo el despliegue comunicativo otorgan toda la fuerza e importancia a los trabajos presentados.

2.4.2 Privacidad/Publicidad

Como se ha apuntado con anterioridad, en Deviantart se da prioridad a la comunicación frente al catálogo de obra artística de los usuarios. El volumen de comunicación entre usuarios y la accesibilidad de los materiales expuestos hacen de Deviantart el ejemplo de comunidad más abierta al intercambio entre usuarios. La “publicidad” por tanto, es otra de las señas de identidad de la comunidad internacional frente a la privacidad de los ejemplos localizados en el mercado japonés.

La “publicidad”³⁴ en dA se manifiesta básicamente a través de los siguientes factores:

2.4.2.1 Nombre de usuario

Mientras en Pixiv, en Drawr y Tegaki Blog, el nombre de usuario (o *nickname*) puede cambiarse tantas veces se desee, en Deviantart esta opción se activó el 16 de mayo de 2012 (Deviantart 2012b) y con severas restricciones. Tan sólo aquellos usuarios con cuenta *Premium* podrán sustituir su *nickname*, y deberán mantener el nuevo nombre durante al menos seis meses antes de cambiarlo de nuevo, si lo desean. Hasta ese momento, cualquier usuario que deseara cambiar su nombre debía desactivar su cuenta, crear una nueva y volver a subir sus trabajos, es decir, empezar de cero, como si fuera un nuevo usuario.

Deviantart se ha demorado en habilitar esta opción, que había sido demandada ampliamente en sus foros. Quizá la justificación de dicha reticencia se apoyaba en el deseo de conservar la faceta pública de los usuarios. Al cambiar un nombre de usuario, se pierde parte de la identidad como ese usuario, con lo cual se desdibuja el perfil y, proporcionalmente a las veces que ese nombre cambie, más se diluiría ese perfil. De nuevo, la identidad de un usuario como artista (o como contribuyente a la comunidad) no recae sobre su obra, sino sobre aquello que lo distingue como usuario, en este caso, su nombre. Con las restricciones a esta opción, Deviantart se garantiza que sólo una parte de la comunidad cambie sus nombres.

34 Por “publicidad” se entiende la idea de proyección al exterior, ya sea al público externo a la comunidad (visitantes sin registrar), como al sector profesional que pueda mostrar interés en obras y artistas determinados, pero también se entiende la proyección en el interior de la propia comunidad en aras de conseguir notoriedad mediante el uso de las opciones participativas.

2.4.2.2 Avatar

El avatar es la imagen que acompaña la ficha de perfil, todos los comentarios que se realizan, las entradas del diario, los mensajes privados, en fin, cualquier tipo de actividad que se realiza en Deviantart. En la mayoría de redes sociales se usa de manera igualmente conspicua. Sin embargo, en Pixiv, Drawr y Tegaki, el avatar reduce su presencia a la página principal, los mensajes privados y al Stac Feed. En el resto de casos, aquello que sirve de enlace a otros usuarios es el nombre de usuario (que puede modificarse tantas veces como se desee). No existe solapamiento entre avatar y nombre (nunca aparecen juntos, salvo en los mensajes privados), con lo cual el índice de privacidad es más alto. En cambio, en Deviantart el avatar y el nombre de usuario aparecen conjuntamente en cualquier actividad realizada: imagen y nombre son siempre visibles y públicos.

2.4.2.3 Categorías predeterminadas

La obligatoria inclusión de cualquier obra presentada a Deviantart en una categoría predeterminada hace la obra visible para cualquier usuario o visitante que haga una búsqueda por categorías. En Pixiv, Drawr y Tegaki Blog la elección de *tags* es personal, con lo cual, el usuario elegirá aquellos *tags* mediante los cuales su obra pueda ser más o menos visible, según su propio criterio. Se da el caso en Pixiv de obras sin *tags*, con lo cual sólo serán visibles para los usuarios favoritos o My Pic del usuario que presenta la obra, garantizando una mayor privacidad. Esta actitud puede ser interpretada como la voluntad por parte del usuario de reducir su círculo de amistades y la repercusión que pueda tener su obra. Normalmente el usuario manifiesta su deseo de no recibir *tags* a través del comentario de descripción de su obra, esta decisión es respetada por los demás usuarios mediante una especie de acuerdo tácito que regula muchas actividades de la comunidad.

2.4.2.4 Idioma

Deviantart es una web íntegramente en inglés, no existe opción de cambiar el idioma. Por supuesto, los usuarios pueden comentar o crear entradas de su diario en cualquier lengua, pero tanto noticias como foros, como cualquier mensaje que deba ser conocido

por la comunidad e incluso la propia página personal están escritas en inglés. En las comunidades japonesas, encontramos como mínimo un bilingüismo japonés-inglés para algunas opciones y en Pixiv es posible visualizar la página en muchas otras lenguas.

Resulta un tanto paradójico que la comunidad artística global por excelencia sólo disponga de un idioma que regule la actividad del colectivo. Sin embargo conviene recordar que en el caso de Pixiv, Drawr y Tegaki Blog, el multilingüismo se reduce a cuestiones de orden de manejo de la web. Tanto las noticias como campañas, además de los productos derivados de las comunidades (publicaciones, eventos, etc) están en japonés. En consecuencia, aunque el multilingüismo se presenta como un estímulo para iniciarse en la comunidad, a largo plazo no logra integrar a aquellos usuarios que no dominen la lengua japonesa.

2.4.2.5 Visibilidad/Elección del status del usuario

En Pixiv es posible abrir una cuenta suministrando una información mínima y ésta sólo será visible para usuarios registrados que accedan a la página de perfil, mientras que en Deviantart, la información de perfil (que se introduce al registrarse) aparece en la parte superior de la página personal visible para cualquier usuario y cualquier visitante no miembro. La información incluye el nombre de usuario, sexo, una frase personal, país de origen, el periodo de pertenencia, el estado de la cuenta (Premium o no), el número de obras en la galería, las páginas vistas y los comentarios realizados.

En las comunidades japonesas es posible deshabilitar, además, las opciones de recibir comentarios, mientras que Deviantart recomienda encarecidamente que se permita la recepción de comentarios.

2.4.3 Globalización/Glocalización

Para el análisis de este aspecto resultará más útil el análisis de las publicaciones derivadas de Pixiv, que se llevará a cabo en el capítulo siguiente. Este pequeño apartado dentro de la comparativa de una comunidad de artistas *amateurs* mayoritariamente

euroamericana (Deviantart) con las comunidades “japonesas” (Pixiv, Drawr y Tegaki Blog) puede servir como introducción al siguiente capítulo sin perder de vista el intento de contraponer los objetivos de las estrategias comunicativas de una y otras.

El deseo de crear una comunidad global es apreciable a simple vista en el caso de Deviantart: idioma inglés, con subgrupos de muchas nacionalidades y creación de productos asequibles. Entre su oferta de productos se favorece el *merchandising* de precios bajos e impresiones de las obras presentadas. Destaca también la presencia de Deviantart en eventos relacionados con el mundo del cómic (ComicCon de San Diego, etc). Especialmente, se debe mencionar su política de otorgar becas a sus usuarios de todo el mundo para que puedan asistir como participantes al evento en calidad de ponentes en las conferencias. Además, Deviantart también desarrolla una tarea de intermediación entre empresas (editoriales, firmas relacionadas con el diseño, etc) y usuarios. A través de Deviantart como vehículo comunicativo (no como interventor directo), multitud de usuarios han encontrado trabajo como artistas. De este modo, Deviantart ha facilitado el paso al mundo profesional de muchos artistas *amateurs* de cualquier parte del mundo, que se han vinculado con empresas/editoriales estadounidenses y han trabajado a través de Internet.

Las comunidades japonesas, sin embargo, tomando el referente técnico de Deviantart, han sabido crear comunidades de artistas que dan importancia al trabajo expuesto frente al carisma del usuario, pero sin pretender crear un modelo global o globalizado. Sí es cierto que la elección del idioma ha facilitado a muchos usuarios extranjeros la entrada a Pixiv, Drawr y Tegaki Blog, pero el idioma japonés sigue siendo el dominante y el acceso a la información de eventos y noticias se mantiene indescifrable para la mayoría de usuarios foráneos. Además, y como se verá a continuación, las publicaciones derivadas de Pixiv son productos para el mercado japonés, la obra que incluyen es mayoritariamente de artistas japoneses (con alguna excepción) y la estética que promueven es la estética manga, una estética que, pese a las influencias que haya podido tener, es una estética asociada con Japón.

En consecuencia, frente a la globalización que promueve Deviantart (pese a cierta focalización estadounidense), Pixiv, Drawr y Tegaki Blog se mueven en un terreno en el que imperan los vectores localizantes, pese a que la estructura técnica de sus sitios web tiene el potencial necesario para crear una comunidad masiva y globalizada. Precisamente, los vectores localizantes: el idioma, la preeminencia de un tipo de narrativa y grafismo asociados a un producto autóctono como es el manga y la vinculación con firmas japonesas para crear colaboraciones, son una de las causas que hace posible que la comunidad se convierta en un vehículo de proyección, tanto dentro de la propia comunidad (por medio de los sistemas de puntuación, valoración y *rankings*) como en un entorno profesional. Este último remite, a su vez, a un entorno cultural, estético, laboral y de actividades sociales japonés, cuya lengua vehicular es el japonés.

Ahora bien, ¿son reversibles esos roles? ¿Puede darse una adaptación glocal del modelo Deviantart en ausencia de vectores localizantes? Suponiendo que los vectores localizantes son una de las causas del éxito del modelo de profesionalización que se propone desde Pixiv, Drawr y Tegaki Blog, ¿podría trasladarse la misma cuestión a la comunidad artista *amateur* española? ¿Posee ésta algún indicio de localización en su manera de entender la estética asociada a la narrativa y el diseño gráficos? A raíz de la observación de la labor de editoriales españolas que dan cabida a artistas de influencia japonesa, se puede concluir que cualquier referencia localizante se ha diluido en favor de referencias globales o también (y concretamente en el caso de obras de influencia manga) de referencias a la cultura japonesa. Los patrones que en Japón son locales, se convierten en modelos globales en Euroamérica. Con lo cual, la fuerza narrativa y estética que aportan los referentes de la propia cultura de salida y que son una de las claves del éxito del sistema de profesionalización en el caso japonés, se diluyen en el caso euroamericano.

CAPITULO III

LOS MECANISMOS DE SELECCIÓN ARTÍSTICA QUE OFRECEN LAS PUBLICACIONES SOBRE PAPEL

3.1 ¿Por qué se publica al *amateur* japonés?

En el primer capítulo de este trabajo se ha visto el vínculo entre el mundo del manga y el *anime* con el mundo del Arte japonés, ambos ampliamente profesionalizados. Sin embargo, en Japón y, concretamente, desde el nacimiento del fenómeno *otaku*, el colectivo *otaku*-creativo ha conocido un crecimiento notable debido al deseo de autonomía y competencia que apunta Clay Shirky (2010) como clave para entender la transformación del aficionado en colaborador, en *amateur*.

Con el desarrollo de las tecnologías de la información, ese paso resulta más sencillo, como se ha visto a colación de la descripción de las comunidades de artistas *amateurs* japonesas. Sencillos mecanismos de *joining/sharing/recepción* de *feedback* en cualquiera de ellas hacen que un *amateur* pueda hacerse rápidamente con un nuevo círculo de amistades *online* que van a valorar y difundir su obra de alguna u otra forma.

Japón es un país cuyos artistas *amateurs* con estilo manga poseen una amplia trayectoria de incursiones en el mundo profesional. Un caso ya referenciado en este trabajo es el del mundo del *doujinshi*. Son muchos los *mangaka*³⁵ actuales que empezaron su andadura como autores de *doujinshi* en los años ochenta. A través del éxito entre un reducido

³⁵ *Mangaka* (漫画家), dibujante de *manga* (profesional).

grupo de lectores (tan reducido como alcance pueda tener el número de copias que pueda costearse), el *doujinka* puede tener acceso (más o menos fulgurante) al mundo del *mangaka* profesional, y crear trabajos para revistas de manga. Sin embargo, una vez en el mundo profesional, el ámbito del *doujinshi* representa la libertad creativa, no reprimida por un editor, con lo cual, muchos autores llevan una doble carrera: la profesional y la *amateur*, esto es, publican *doujinshi* en las mismas condiciones que sus colegas no-profesionales. El mundo *amateur* japonés, por lo tanto, tiene un aura de legitimidad fuertemente arraigada que hace que la no pertenencia al mundo profesional no constituya un aspecto negativo para la carrera de un artista (por lo menos no más negativo de lo que podía representar la elección de la actividad artística como medio de vida en un Japón como el de los años ochenta). El salto al mundo profesional, aunque deseado, no resultaba imprescindible para desarrollar una carrera artística igualmente fructífera. No obstante, al facilitarse el acceso a determinadas vías de difusión y promoción, que se unieron a la crisis del sistema empresarial japonés,³⁶ se ha propiciado que los jóvenes dibujantes *amateurs* expliciten su deseo de ser artistas profesionales como una opción válida de futuro.

El paso hacia el mundo profesional del arte gráfico japonés resulta sumamente difícil. Ilustradores, *mangaka*, diseñadores gráficos, trabajos todos ellos que en el caso japonés tienen un abanico muy amplio de posibilidades de empleo debido a la gran demanda de un mercado que requiere constantemente de artículos que incorporen la estética manga. Por lo tanto, el gran número de artistas *amateur* que incorporan, en principio desinteresadamente, sus obras a webs como Pixiv son susceptibles de ser “captados” para realizar alguna labor ya dentro de un mundo semiprofesional. El formato de la obra de todos estos artistas, *online* y en mayor o menor medida abierto a cualquier oteador, resulta la mejor carta de presentación. Sin embargo, en una comunidad que cuente millones de usuarios, como es el caso de las comunidades que ocupan este trabajo, el proceso de selección para la empresa que pueda mostrar interés en estos artistas se

36 Época de crisis financiera que se dio en los noventa tras el periodo de burbuja inmobiliaria y financiera (バブル景気 *baburu keiki*). En el contexto de la crisis, se resintió el modelo empresarial japonés y todos sus valores asociados.

complica. Así pues, los proveedores de la comunidad ponen al servicio de los usuarios servicios como la puntuación o el sistema de elección de favoritos con el propósito de elaborar *rankings* diarios/semanales/mensuales por medio de los cuales se destacan determinados artistas. El hecho de aparecer en el *ranking* es, para el artista en cuestión, garantía de que su obra va recibir muchas más visitas y *feedback*, ya que estas clasificaciones pueden visualizarse en un lugar destacado de la página principal. Son los *rankings* los que otorgan al artista la posibilidad de aparecer posteriormente en una (o varias) de las muchas publicaciones en formato libro (ya sea anuario de la comunidad, revista especializada o manual para artistas) que incorporan el sello de la comunidad *online*.

Otras vías de promoción para los artistas *amateurs* en las comunidades japonesas son los convenios con determinadas empresas. La más reciente campaña aparecida en Pixiv, esta vez junto a la empresa Suntory,³⁷ ofrece a cualquier usuario de Pixiv la posibilidad de ilustrar las latas del refresco *C.C. Lemon*, para participar sólo hay que subir a la galería propia bajo el *tag* “C.C. レモン擬人化イラスト” (“ilustración de la personificación de *C.C. Lemon*”), el dibujo de un personaje inédito en actitud refrescante y donde se usen los colores presentes en la lata de *C.C. Lemon*. La reacción ha sido inmediata: la primera semana de campaña se han subido a Pixiv más de 1400 dibujos con ese *tag* (Pixiv 2012a). La aparición del dibujo en latas de ese conocido refresco no es el único premio, además de un premio en metálico y bebida para todo un año, *Pixiv+Suntory* pondrá a disposición del ganador de la campaña un espacio en Comiket (Pixiv 2012b).

El éxito de comunidades artísticas como Pixiv garantiza que el mercado japonés, ávido de nuevos diseños, mascotas, manga, *anime*, videojuegos, en definitiva, de artículos que lleven el sello de la estética manga, pueda verse nutrido de nuevo material constantemente, de forma gratuita en el caso del material que aparece *online* a disposición de cualquier aficionado a la estética manga, y en forma de publicaciones

37 *Suntory* (サントリー株式会社). Cervecería y destilería japonesa fundada en 1899.

(cuya relación calidad-precio es más que aceptable). El mercado de los artistas *amateurs* (o semiprofesionales) se retroalimenta y se autopromociona, ya que muchos de los compradores de estos productos son usuarios de Pixiv (con lo cual existe un primer mercado potencial de 2 millones de consumidores), que pueden sentir el deseo de formar parte de una de esas publicaciones.

3.2 Las publicaciones de Pixiv

Las publicaciones de Pixiv presentan como un compendio de toda la filosofía de la comunidad en su faceta artística. En las páginas de esos anuarios, revistas especializadas o manuales de dibujo, todos ellos editados cuidadosamente, las ilustraciones de los artistas *amateurs* usuarios de Pixiv que aparecen, aunque responden a criterios de selección mediante *rankings* elaborados por el resto de usuarios, presentan elementos comunes cuyo análisis revela algunas claves de lo que se entiende por estética manga y, más concretamente, de lo que se entiende por estética manga susceptible de ser explotada comercialmente.

Las publicaciones objeto del análisis son las siguientes (en orden cronológico de edición):

- *Pixiv Girls Collection*. ピクシブガールズコレクション. PikuKore Seisaku Iinkai. Editorial Koa Magajin, marzo de 2009. Tercera reimpresión (2011) 162 págs, 2200 yenes.
- *Pixiv Annual (年鑑), 2009 Official Book*. Editorial Enterbrain, septiembre de 2009. Tercera reimpresión (2010) 256 págs, 2800 yenes.
- *Paint Tool Sai Deji E wo Kakou!!* ペイントツールサイでデジ絵を描こう!! (“¡¡Dibujemos obras digitales con Paint Tool Sai!!”). Editorial Inforest, octubre de 2009. 130 págs, 1680 yenes.
- *Pixiv Annual (年鑑), 2011 Official Book*. Editorial Enterbrain, octubre de 2011. 264 págs, 2800 yenes.
- *Quarterly Pixiv, vol 07*. クォーターリーピクシブ. Editorial Enterbrain, enero de 2012. 130 págs, 1300 yenes.

Pixiv Girls Collection es el primer recopilatorio de Pixiv. Se trata de una selección de los mejores dibujos de personajes femeninos tras el primer semestre desde la apertura de Pixiv. En el momento de su edición, Pixiv contaba con 600.000 usuarios y de entre todos ellos se han escogido 250 dibujos que ilustran esta primera colección de arte de Pixiv. Un buen trabajo de edición y una calidad de impresión excelente hacen de este libro un escaparate excepcional para el plantel de artistas *amateurs* que lo componen. Los contenidos están divididos en función de una serie de palabras clave (reminiscencia de los *tags* en la web) que resultarán de gran ayuda para el posterior análisis de la estética que promueve este estandarte de Pixiv. Dichas palabras clave han sido agrupadas bajo los siguientes epígrafes:

Tipología del personaje:

Niñas, chicas, hermanas menores...

Indumentaria:

Uniforme escolar, meido,³⁸ trajes de baño, traje chino, kimono...

Fantasía:

Brujas, ángeles, orejas de gato...

Techno:

Ciencia ficción, Chica-robot...

El libro también incluye una entrevista con los creadores de Pixiv y apartados especiales para temas de actualidad.

Los anuarios (2009 y 2011) siguen una estructura idéntica. Muy parecidos conceptualmente a *Pixiv Girls Collection*, incorporan obras de 202 y 213 usuarios, respectivamente, ordenados alfabéticamente. La muestra de cada usuario es de 1 o 2 páginas y se incluyen los datos del usuario en cuestión (nombre de usuario en Pixiv, *email*, página web personal y herramientas más utilizadas para dibujar) y también se reproduce un pequeño mensaje del estilo “Gracias por incluir mi arte en este libro”, “Seguiré dibujando” o “Me llamo...y me gusta dibujar...”. En algunos casos, los usuarios han decidido omitir algunos de esos datos, incluso el mensaje.

³⁸ *Meido* (メイド), adaptación japonesa del término inglés *maid* (doncella, en este caso, de servicio doméstico)

-Paint Tool Sai de Deji E wo Kakou!! (¡¡Dibujemos obras digitales con Paint Tool Sai!!) Se trata de un manual para el aprendizaje y utilización de este programa informático de dibujo y coloreado muy utilizado por los artistas *amateurs* y profesionales japoneses. El aprendizaje se realiza a través de ejemplos ilustrados por usuarios “populares” de Pixiv. Tras un primer apartado dedicado a la instalación y explicación de la aplicación Paint Tool Sai, se encuentran los ejemplos-ejercicios ilustrados divididos por temática, a saber:

- Dibujo de personajes: chica guapa (*bishōjo*), chico guapo (*ikemen*), personaje pequeño, “mono” y gracioso (*chibi*), monstruo.
- Dibujo de espacios: cielo, edificio, lago, bosque.

Sección a cargo de varios autores, uno por cada ejercicio.

- Creación de efectos: efecto de tela estampada (uniforme escolar), efecto metálico (armadura de una guerrera), cristal roto (chica con bate de béisbol), luz mágica (hechicera). Sección a cargo de un único autor.
- Ejercicios variados con estilo de coloreado diferenciados para comprobar la versatilidad del programa.

Quarterly Pixiv vol.07 es la revista mensual de Pixiv. Representa el proyecto más ambicioso de esta comunidad, debido a su periodicidad y la inclusión de artistas profesionales en combinación con los artistas procedentes de la comunidad *online*. También incluye ejercicios de dibujo, pero su mayor atractivo radica en la muestra de arte de los usuarios (con ilustraciones espectaculares a toda página) y las entrevistas a autores famosos. Cada número de esta revista está organizado de forma temática (el que se analiza en este trabajo está dedicado al mundo del manga: “*Seré mangaka*” es el titular especial del volumen), y tanto ejercicios, galería como comentarios de autores famosos están enfocados a ilustrar aspectos concretos sobre el tema principal. La revista es un ejercicio de proyección y promoción del elenco de usuarios seleccionados de Pixiv, que se coloca al mismo nivel que los autores consagrados con los que comparte páginas. El hecho de incluir entrevista de cada autor que aparece en la revista, ya sea profesional o *amateur*, hace que el lector tenga una percepción de unidad dentro del mundo de la ilustración y el diseño gráfico japonés.

3.3 La estética manga explotada comercialmente

Pixiv, Drawr y Tegaki Blog no sólo son soportes para el catálogo personal de una multitud de artistas. Por medio de las publicaciones en formato libro de alta calidad, se promueve un determinado sello que no sólo se reivindica como el sello propio de Pixiv, sino como la ejemplificación de lo que es hoy en día la estética manga más rentable, aquella que no sólo sirve para crear manga y anime como productos de entretenimiento en sí, sino también para enfatizar y contribuir a la seducción sobre el consumidor de cualquier otro artículo en cuyo diseño tenga cabida algún aspecto susceptible de ser retratado bajo los parámetros de la estética manga (o prácticamente cualquier objeto que esté en el mercado).

En este capítulo se profundizará en el análisis de dicha estética: en el papel que han jugado los referentes históricos (japoneses y foráneos), el contexto de la posmodernidad y la institucionalización del Superflat, pero se hará más hincapié en el aspecto artístico y estilístico de las imágenes que componen los libros citados anteriormente. Para elaborar dicho análisis se ha decidido recurrir al método de análisis de Panofsky ampliamente aplicado para el análisis de obras de arte. Se trata del método de análisis pre-iconográfico, iconográfico e iconológico³⁹ que intenta aunar el análisis de forma, contenido y contexto. Para profundizar en determinados aspectos se tendrá en cuenta el método psicoanalítico de Freud y Jung (este último sobre todo por lo que respecta al concepto de arquetipo y a la interpretación simbólica). También se volverán a referenciar las teorías acerca del mundo *otaku* (receptor/consumidor de estos productos) de Ōtsuka y Azuma.

39 Erwin Panofsky (1892-1968) desarrolló el método iconográfico e iconológico en su ensayo *Iconografía e Iconología: Introducción al estudio del Arte del Renacimiento*. El objetivo del análisis iconológico es dilucidar la significación intrínseca o contenido. Se debe prestar atención a los procedimientos técnicos, a los rasgos de estilo y a las estructuras de composición tanto como a los temas iconográficos. Sus teorías son fundamentales para la estética y la historia del Arte.

3.3.1 La pátina de manualidad. *Tegaki*.

Como primer rasgo puramente estilístico llama la atención el concepto *tegaki*, del cual se ha hablado con anterioridad a propósito de la descripción de Drawr y Tegaki Blog y su oferta de recrear ilustraciones “manuales” con herramientas informáticas. Tras la visualización exhaustiva de las imágenes se puede concluir que uno de los recursos más repetidos (en torno a un 95% aproximado del total de ilustraciones) es la utilización de programas como Photoshop y Paint Tool Sai para crear por completo las ilustraciones.⁴⁰ Sin embargo, en la mitad de este abrumador 95% se ha hecho un uso de estos procedimientos con el objetivo de imitar un procedimiento manual como puede ser la acuarela o rotuladores tipo Copic,⁴¹ mayoritariamente. Sólo un 5% aproximado ha recurrido a un procedimiento manual (acuarela, rotulador Copic o bolígrafo). Los datos son aproximados debido a que en ocasiones es extremadamente complicado diferenciar los procedimientos manuales de los informáticos, tal es el nivel de mimesis que alcanzan estos programas. Así, se ha tendido a contar como manual aquella obra que resultara evidentemente realizada de forma tradicional o que se acompañara de algún comentario explícito del artista en cuestión.

A pesar de que multitud de artistas no se amparan tras el término *tegaki* y presentan obras de marcado carácter informático (colores saturados, planos, efectos de textura, filtros de imagen variados, etc), resulta llamativa la cantidad de artistas que desean dotar a su obra de un aire manual y recurren no a procedimientos manuales, sino a programas informáticos que imitan aquello que es tradicional. ¿Qué busca el artista? ¿No sería más fácil hacer uso de procedimientos tradicionales directamente, en vez de utilizar aquello que los imita? ¿Qué papel juega el concepto de autenticidad en la creación de las ilustraciones de estos artistas? Estas preguntas que surgen a raíz del análisis del concepto *tegaki* no pueden ser contestadas a menos que pueda relacionarse la inquietud creativa de los artistas posmodernos que suben sus trabajos a Pixiv, Drawr y Tegaki Blog con la inquietud de sus antecesores del periodo Edo (1603-1868).

40 Entre otros programas de diseño y creación artística como Adobe Illustrator, Illust Studio, etc, Photoshop y Paint Tool Sai son los más utilizados entre los usuarios de Pixiv.

41 Marca japonesa de rotuladores recargables de alta calidad. Muy usada por ilustradores profesionales.

Esta recurrencia a un precedente más de un siglo anterior no parece tener otro objetivo que la reivindicación de aquellos procedimientos (acuarela, rotuladores, tinta y lápices) que intentan conseguirse mediante los programas informáticos antes señalados. Recursos tradicionales procedentes de las artes gráficas y no de la pintura. Japón es un país que ha dado mucha importancia a las artes gráficas, emparentadas con la caligrafía, y es durante el periodo Edo cuando se forman escuelas de grabadores, ilustradores, diseñadores y calígrafos en zonas urbanas para atender las necesidades de la clientela concentrada en las grandes ciudades. La importancia y reconocimiento de las escuelas aumentó progresivamente. La clase artesanal (*shokunin*) gozaba de prestigio y en muchos casos, era la encargada de gestionar el comercio de las obras que producía (Guth 2009:40). Con el perfeccionamiento de la xilografía, las obras obtuvieron una gran difusión. Sin embargo, esta técnica limitaba el uso del color, con lo cual se recurría a tintas para dar color a las estampas. Colores transparentes y delicados que iluminaban escenas cotidianas (urbanas), eróticas y paisajes naturales que invitaban a la evasión: el conocido estilo del *Ukiyo-e*, pinturas del mundo flotante.⁴²



Pescadoras de Mariscos. Kitagawa Utamaro (1753-1806)



きときとお刺身, ふなくら (Pixiv ID:110400) Pixiv Annual, 2009

En las imágenes es apreciable la similitud temática, cromática, compositiva e incluso simbólica entre ambas obras. Ambas comparten un erotismo que reside en el contraste entre la piel de las figuras y los tonos rojos y negros.

⁴² 浮世絵, género dentro del grabado japonés, muy popular por recrear el mundo urbano, principalmente de las zonas de ocio.

No menos flotantes y hedonistas son las ilustraciones de los artistas de Pixiv que, imitando la transparencia de las acuarelas y tintas, crean no xilografías sino archivos en jpg o psd, cuya reproducibilidad es mayor (infinita) que la de las xilografías de sus antecesores y no hay merma de la calidad. Esto implica que no existe un original de la ilustración creada mediante aplicaciones informáticas lo mismo que no existe original de la xilografía. El concepto de *aura* que, según Walter Benjamin, es lo que da sentido a la obra artística en la época en que la reproductibilidad técnica ha destruido el original, es aplicable a estas obras que son creadas sin contacto directo con los materiales, con el objetivo de ser mostradas a través de una pantalla de ordenador.

A diferencia de otros sistemas de reproducción (anteriores), el traspaso de un archivo informático no representa ninguna modificación con respecto a la matriz, por ello el artista de Pixiv que es publicado en estos libros reivindica la autenticidad de su obra mediante la visualización del proceso creativo. La posesión del “secreto” del proceso de creación de la ilustración para su posterior revelación a la comunidad es algo novedoso y es el único aspecto que restituye a la obra el valor ritual de ésta, es decir, su *aura*. En tanto que se es artista se tiene potestad para difundir el misterio de la creación, ya sea para otorgarle un valor didáctico (como puede verse en el manual *Paint Tool Sai de Deji E wo Kakou!!*), reivindicar la autenticidad de la obra y/o otorgar a cada estado del proceso de creación el valor de obra en sí.

Precisamente la posibilidad de conservar el proceso creativo es una de las razones que favorece la elección de procedimientos informáticos en detrimento de los tradicionales. La comodidad de su uso, la facilidad de eliminar errores o modificar cualquier aspecto, la posibilidad de crear y conservar fácilmente distintas versiones de la misma obra, la poca inversión económica en materiales de creación y almacenaje, y la más inmediata difusión de aquello que se ha creado, además de unos resultados más vistosos, confieren a la obra creada mediante Photoshop y similares un *aura* específica, casi pura. Cualquier obra creada mediante procedimientos tradicionales perderá o verá modificada parte de su esencia cuando sea expuesta al proceso de informatización, escaneado y reajuste de las propiedades de color, brillo, saturación, compresión a un determinado tipo de

archivo, etc. De manera que la obra informatizada no será igual a la obra original. Así pues, la elección del ordenador frente a los lápices también resulta la forma más fiable de crear una ilustración con el fin de ser mostrada a través del soporte informático. La adecuación del procedimiento con el soporte, que sacrifica la autenticidad que representan los materiales genuinos (tradicionales) de la creación artística, supone una reivindicación *aurática* de este nuevo arte que culmina un proceso que se había iniciado con algunos exponentes y obras del Superflat.

3.3.2 La figura de la dulce adolescente revolucionaria

Otro de los aspectos clave, si no el principal, que destaca tras el análisis de las ilustraciones de los libros seleccionados es el protagonismo absoluto por parte de la chica joven y sensual, cuyas apariciones se acompañan de la reiteración de determinadas referencias culturales. De hecho, el primer libro (cronológicamente hablando), *Pixiv Girls Collection* (2009), constituye una declaración de principios de los creadores responsables de Pixiv. Sus 162 páginas presentan chicas entre la infancia y la adolescencia en diversas actitudes. Ningún personaje masculino empaña la dulzura y sensualidad que se desprende de las ilustraciones. Los editores del libro, además, han incluido un índice temático para orientar al lector entre la aparente homogeneidad expresada en la abundancia de tonos pastel. Este índice temático resulta de gran ayuda para organizar el análisis del arquetipo femenino que se reivindica como paradigma casi absoluto de la estética manga más atractiva y explotable desde el punto de vista comercial.

El primer indicador es la tipología del personaje, esto es, la clasificación por edad: *niñas, chicas, hermanas menores*,⁴³ etc. No aparecen en la clasificación modelos de mujer adulta (mujer en los 30, en los 40, madres, etc), aunque fisonómicamente se podría decir que algunos de los personajes representados son indudablemente mujeres más adultas, la categorización de los editores las relega definitivamente como chicas

43 La hermana menor como personificación del candor, necesitada de protección, en definitiva, de lo *kawaii*. Concepto que se desarrolla más ampliamente en este mismo apartado.

adolescentes o con 20 recién cumplidos.⁴⁴ Las características técnicas y estilísticas nos muestran a personajes de tez blanca, ojos expresivos y brillantes, bocas y narices muy pequeñas, proporciones corporales estilizadas (en algunos casos *Super Deformed*)⁴⁵ cabello voluptuoso, busto exageradamente desarrollado en muchos casos, manos y pies pequeños, piernas largas y delgadas y poco nivel de detalle en dedos, nariz y boca. El color blanco de la piel se ve iluminado de tonos rosados estratégicamente situados en mejillas, nariz, labios, hombros, rodillas, codos, dedos, senos y nalgas. En *Paint Tool Sai de Deji E wo Kakou!!* se muestra dónde y cómo enrojecer esas partes del cuerpo. Para completar el coloreado de la piel es necesario añadir una serie de brillos que destaquen las partes teñidas de rubor. Los ojos tienen las pupilas salpicadas de brillos y tonalidades que dan un aspecto de humedad. Nariz y boca han visto reducido su tamaño y nivel de detalle para resaltar la expresividad de la mirada, pero a pesar de su reducción, los labios también aparecen enfatizados con brillos.

El detalle en el tratamiento de la piel contrasta con la sencillez de los contornos, redondeados en su mayoría, y del tratamiento de la figura (proporciones estilizadas, no realistas). La chica representada no es un personaje dentro de una obra, es un objeto y todo lo que suele haber a su alrededor es un mero ornamento de su sensualidad. El criterio de selección que se desprende a partir de la consistencia de las obras recogidas en las publicaciones indica que ése aspecto sensual y sexual de las chicas es lo que busca el editor. Sin embargo, la continua visualización de chicas jóvenes y sensuales no es óbice para que la publicación esté destinada también a un público masculino. Como se ha apuntado, se trata de una declaración de principios por parte de los creadores de Pixiv, y teniendo en cuenta la trayectoria del *otaku*-creativo, puede afirmarse que más del 50% de usuarios de Pixiv son mujeres, con lo cual el público femenino también está expuesto y “desea” esa visión de la mujer, visión de la cual es artífice, en cierta manera.

Muchas de las características de la chica ideal que aparece en los libros de Pixiv remiten

44 A los 20 años, los jóvenes alcanzan la mayoría de edad en Japón.

45 Comúnmente conocido como SD, estilo mediante el cual se caricaturiza a los personajes alterando las proporciones: la cabeza es muy grande con respecto al cuerpo, lo que da la sensación de “cabezudo.”

al *shōjo manga* de los años setenta y ochenta. Y también muchas de las autoras consagradas de este género fueron pioneras en la creación del manga *amateur* o *doujinshi*. De manera que se ha producido un traspaso de la estética *shōjo* desde el manga para chicas a la percepción masculina de la chica ideal. Posteriormente se recuperará este aspecto.

El otro gran responsable de la visión de la imagen de la chica adolescente y sensual como ideal de mujer es el concepto *kawaii*.⁴⁶ *Kawaii* incorpora dos acepciones claras: aquello que es bello por ser tierno y dulce, pero también aquello que es desvalido y dependiente. La imagen última de lo *kawaii* es, pues, la imagen de la infancia y la pre-pubertad, un mundo de libertad protegida, de felicidad y amor en contraste con el mundo de los adultos lleno de soledad, sumisión (a la sociedad, al trabajo), hostilidad y responsabilidades. La cultura *kawaii* reivindica la inmadurez de la infancia como rebelión ante una “sociedad opresora” (Kinsella 1995:242). La cultura popular japonesa está llena de elementos *kawaii* desde antes del nacimiento del fenómeno *otaku* y el mundo del manga no es una excepción. En la sociedad, la colegiala de instituto (adolescente) es la personificación de lo *kawaii* y ese ideal se transmitió al mundo del manga y el *anime* y, por ende, al mundo del arte *amateur*.

No es de extrañar, entonces, que los editores de *Pixiv Girls Collection* dedicaran un apartado especial a la indumentaria: *uniforme escolar*, *meido*, *trajes de baño*, *qipao* o *kimono*... Estas etiquetas (*tags* habituales de Pixiv) que no hacen sino poner aún más de manifiesto aquellos aspectos *kawaii* del personaje femenino adolescente. De hecho, estas indumentarias son objeto de adoración en los establecimientos temáticos de reciente aparición en las grandes ciudades, algunos de cuyos clientes buscan compartir una velada con una chica infantilizada, “*kawaiiificada*” mediante la indumentaria.

Así pues, la fantasía de la colegiala (también la de la *meido* o la chica china) se reifica en actividades que unifican consumo y veneración, respectivamente, hacia los productos

46 *Kawaii* (可愛い): término japonés para “bonito,” “encantador,” “mono.” En 1992 fue escogida como la palabra más usada, querida y habitual para la vida en Japón (Kinsella, 1995:221)

y actividades que recrean la simulación de las chicas como significante aglutinante de lo *kawaii*, lo que a su vez tiñe libidinalmente la semiosis de este significante. Las chicas que trabajan en los *meido cafe* no son sensuales por ellas mismas, sino por los elementos que las significan como chicas adolescentes *kawaii*, de la misma manera que las chicas de las ilustraciones se convierten en adolescentes por los elementos de los que están compuestas y que son fácilmente separables al tratarse de un dibujo. Las categorías de “adolescencia,” “*kawaii*,” “china” o “*meido*” son reconocibles por medio de elementos diferenciados y extraíbles fácilmente de la figura (la indumentaria, el peinado, o el color rosado de la piel). En las publicaciones que ocupan este trabajo en ningún caso aparecen desnudos integrales, aunque sí hay profusión de desnudos en las ilustraciones que se suben diariamente a Pixiv, bajo la categoría R-18 (para adultos) debido a que un desnudo haría recaer toda la carga erótica en una figura que (si se mantienen los rasgos estilísticos) es totalmente aséptica (poco detalle, proporciones alejadas de la realidad, etc).

A la derecha, un ejemplo del ideal de adolescente presente en los libros objeto de este análisis. Los elementos de vestuario, muy elaborados) contrastan con una anatomía (proporción y gesto) idealizada y sencilla. El fondo se limita a unos ornamentos lineales que destacan el volumen sutil que dan los tonos claros escogidos para la figura. El detallismo en el cabello, mirada y ropa constituye la fuente del erotismo que se desprende de la imagen. Esta Lolita infantilizada se apropia de la manzana (el deseo) y, a cambio, ofrece al espectador su mirada de color manzana. La postura de la figura se halla a medio camino entre el ofrecimiento (adelanta el pecho, pupilas dilatadas), y la timidez (piernas juntas y cabeza agachada).

ストライブ、国重慶一 Pixiv Girls Collection, 2009.



La chica adolescente *kawaii* es deseable (para ellos y para ellas) en tanto en cuanto representa un modelo viable dentro de la sociedad japonesa posmoderna, que pone al

alcance de los ciudadanos todo un arsenal de artículos *kawaii* de consumo y lugares de ocio (desde Sanrio Puroland⁴⁷ hasta las pastelerías-cafeterías *fancy*) para ejemplificar un estilo de vida *kawaii*.

Las imágenes de los libros de Pixiv son otro ejemplo del adoctrinamiento de las ideas *kawaii* que convierten a las chicas en deseables y aboca a los chicos a satisfacer las necesidades de ellas. El hombre, en la estructura del mito de la adolescente *kawaii*, se convierte así en el encargado de mantener la cualidad de lo *kawaii*, de cuidar y proteger aquello que es hermoso por ser digno de protección (aquello desvalido, *kawaisō*). En ese punto es donde nace la fantasía de la chica mecanizada, armada, guerrera, en definitiva, la chica revolucionaria. El utillaje armamentístico que el creativo, dibujante en este caso, añade a la frágil figura adolescente no es sino “el reflejo de una subjetividad masculina incorpórea, desarraigada e impotente” (Saitō Tamaki en Kinsella 2006:38) ante un colectivo adolescente femenino incomprendido en Japón. En términos de Spivak, dicho colectivo constituía un sujeto subalterno que en aquel momento (años setenta, ochenta) presentó conductas revolucionarias a las que no se ofrecía respuesta. Este vacío fue ocupado por los creativos (hombres en su gran mayoría) que asumían el papel femenino reinterpretándolo y representándolo hasta la última de sus facetas en los distintos medios de comunicación. La mecanización y armamentización de la mujer es el símbolo de la desposesión de la agencia femenina por obra de los creativos masculinos.



La colegiala adquiere la fuerza para llevar a cabo su particular revolución por medio de la máquina. La inexpresión de su rostro le confiere un carácter de sujeto subalterno, desvalido, *kawaii*. La máquina desprovista de cabeza puede ocultar así su origen masculino y puede hacer de la chica el foco de atención de la ilustración, aunque su peso en la imagen es indiscutible.

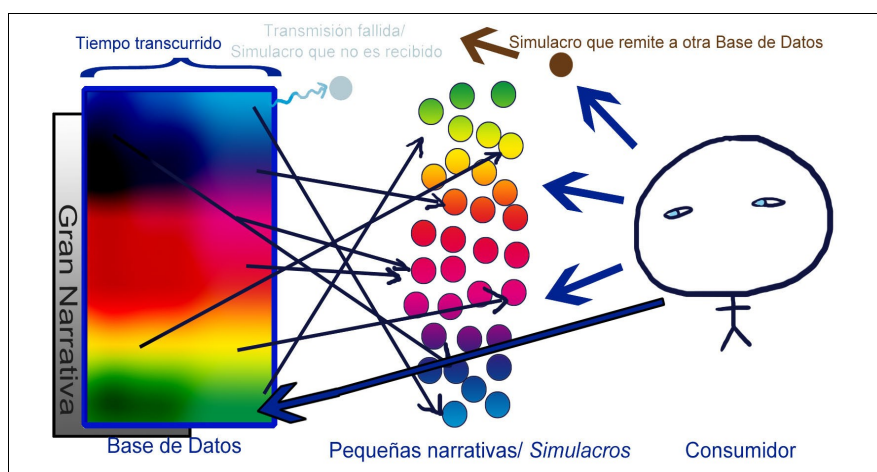
A P U, しいら、Pixiv Annual 2011.

47 Parque temático dedicado a Hello Kitty y otros personajes de la firma Sanrio Co (dedicada al diseño).

3.3.3 Los elementos *moe*

Los denominados elementos *moe*⁴⁸ juegan un papel importantísimo en los comités de producción de series de manga, *anime* o videojuegos. Mediante estos elementos, que pueden ser prendas de vestuario, complementos variados, el uso de determinados colores (de cabello, de ojos), o la adopción de determinadas expresiones o forma de hablar o gesticular (para personajes de anime y videojuegos) los creativos otorgan a un personaje un atractivo *kawaii* (o *moe*) que, sin necesidad de que el personaje posea un trasfondo narrativo, despierta el interés inmediato del *otaku* y lo empuja a consumir cualquier artículo en el que aparezca ese personaje. La ausencia de narrativa tras el diseño es algo que los ilustradores de Pixiv, Drawr y Tegaki Blog experimentan cuando presentan en la web una ilustración de un personaje de creación propia, y por ello la recurrencia a elementos *moe* que dotan al personaje de encanto instantáneo es un recurso clave para captar la atención de los visitantes a su galería.

Pixiv Girls Collection elabora en su índice una clasificación de las ilustraciones mediante básicamente elementos *moe*: *Fantasía: Brujas, ángeles, orejas de gato.../ Techno: Ciencia ficción, Chica-robot...* Este hecho demuestra la teoría de Azuma según la cual el *otaku* es conocedor de los mecanismos propios de la Base de Datos del consumo narrativo.



Reinterpretación del gráfico que aparece en (Azuma 2001:33)

48 *Moe* (萌え), término japonés que se ha hecho muy popular entre el colectivo *otaku* como interjección para expresar un determinado sentimiento hacia un personaje fantástico (Galbraith 2009). Posee las mismas connotaciones que *kawaii*, aunque con un matiz más fetichista y de argot *otaku*.

En esta reinterpretación del modelo de la Base de Datos puede verse cómo el consumidor accede al consumo tanto de las pequeñas narrativas/simulacros/productos/productos derivados, como a la propia Base de Datos que es la fuente que nutre el mercado de productos. Los elementos *moe* se sitúan dentro de la Base de Datos, en algún lugar entre ésta y el anterior sistema conocido como “Gran Narrativa,” que no ha desaparecido, sino que la Base de Datos se ha superpuesto sobre aquellas ideas que estaban en relación directa con la visión del mundo que pudiera tener un determinado autor. De manera que, en la actualidad, la autoría ha sido sustituida por los datos que integran la base y los elementos *moe*. En algún momento, en la Gran Narrativa hubo aspectos puntuales que con el tiempo se han convertido en datos o elementos *moe* que cualquier creativo puede combinar para crear nuevos personajes.

Aunque se los explota desde una tendencia mercantil a la que se han adscrito artistas del Superflat en su deseo de aunar arte y artículos de mercado, no se puede obviar la dimensión simbólica de estos elementos *moe*. Si el concepto *kawaii* remite a un deseo de *amae*⁴⁹ hacia la totalidad de un producto, aquello que es *moe* remite a una parte del objeto de por sí, el fetiche. Si se considera al *otaku* como consciente del “estructuralismo” de un producto, el *otaku* también es consciente de cuáles son los datos primigenios que componen aquel objeto que le agrada.

(...) la posesión-pasión del objeto es un modo moderado de la perversión sexual. Tal y como, en efecto, la posesión juega sobre el discontinuo de la serie (real o virtual) y sobre la elección de un término privilegiado, así la perversión sexual consiste en el hecho de no poder captar al otro como objeto de deseo de su totalidad singular de persona, sino solamente en lo discontinuo: el otro se transforma en el paradigma de las diversas partes eróticas de su cuerpo, con cristalización objetual en una de ellas.

(Baudrillard 1969:114)

Las connotaciones fetichistas del *moe* pueden convertir a los *otaku* (en masculino) en pervertidos para el resto de la sociedad. De hecho, esta asociación ha sido en parte responsable de la mala imagen del colectivo en general y del colectivo *otaku* masculino

49 Doi Takeo (土居 健郎), en *The Anatomy of Dependence*, desarrolla el concepto de *amae* (甘え), petición de indulgencia ante las necesidades de uno/otro, de forma que se establece una dependencia mutua entre las partes (Doi 1973).

en particular.

Aunque estos elementos *moe* suelen formar parte de las características de personajes femeninos para despertar el interés del público masculino, sí es cierto que se está desarrollando el mismo fenómeno con personajes masculinos destinados a despertar el “fetichismo” del público femenino. Pueden encontrarse innumerables muestras de esta tendencia en los miles de ilustraciones que se suben cada día a Pixiv, pero resulta llamativo que en las publicaciones sobre papel no aparecen apenas ejemplos de chicos *moe*. La preferencia de publicitar aquella estética que despierta intereses masculinos en detrimento de una floreciente creatividad femenina, que surge en respuesta a esquemas que relegan la figura femenina a unos cuantos estereotipos cosificados, denota el conservadurismo que todavía impera en el mundo del manga en general, especialmente en lo tocante a la estructura de poder de la edición y difusión.



A la izquierda, un ejemplo de elementos *moe*: orejas de gato, cola de gato, medias, calentadores, lazos, melena al estilo de otros personajes conocidos y disfraz de pseudo-meido. La posición de las piernas también puede ser considerada *moe* porque remite a una cierta manera de caminar considerada *moe* y que puede observarse en muchas chicas jóvenes, sobre todo en aquellas que visten a la última moda.

【PFV】メロ【ザイランス】、はぎこ. Pixiv Girls Collection, 2009.

3.3.3 El discurso auto-orientalista del *furusato* global

La última de las características que se ha seleccionado para analizar la estética manga de circulación masiva es la presencia de componentes con connotaciones auto-orientalistas o de reivindicación de ciertos elementos simbólicos que pertenecen a una tradición japonesa ahistórica, pero aceptada como genuina en el imaginario cultural general de una gran mayoría de japoneses (sobre todo de aquellos que constituyen el público de los productos que se analizan en este trabajo).

Muchos de estos elementos suelen aparecer bajo la forma de elementos *moe*: *kimono*, *qipao*, uniformes de colegiala japonesa, etc. Pero allí donde adquieren más fuerza es en el aspecto paisajístico de las ilustraciones: los fondos que sitúan a los personajes suelen remitir a un Japón actual con reminiscencias culturales tradicionales (representación de festivales cargados de simbolismo, el ambiente estudiantil de los clubs de instituto, las calles de la ciudad llenas de cableado y puestos callejeros de comida, etc). Otras muchas ilustraciones recrean un Japón ancestral (periodo Edo, en particular), o un Japón mágico (monstruos y fantasmas pertenecientes a la tradición literaria y pictórica pre-Meiji).

Esta reivindicación de símbolos y arquetipos de “lo japonés” responde a una visión auto-orientalista que trata de legitimar un discurso conservador. Por auto-orientalismo se entiende una esencialización y una reificación de determinados aspectos culturales con dos claros objetivos: la justificación de la legitimidad de las clases en el poder y, sobre todo en el caso que ocupa este estudio, la mercantilización de la identidad, la identidad japonesa, en este caso (Beltrán 2006:257).

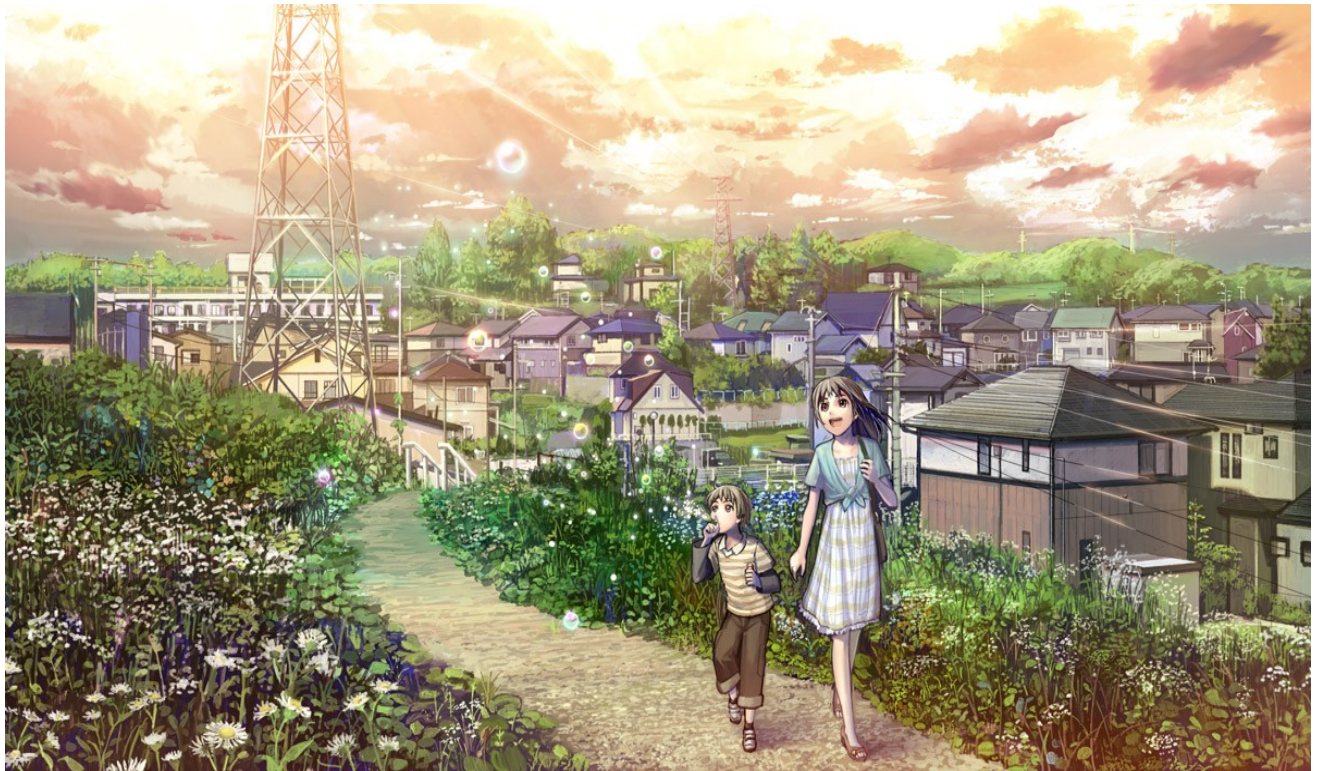
La manifestación plástica del discurso auto-orientalista la encontramos en una exotización de aquellos elementos que supuestamente pertenecen a una tradición muy anterior a la llegada de los europeos y americanos. A la luz del nacimiento del fenómeno *otaku* en los años ochenta, en un Japón que el discurso tecno-orientalista sitúa a la vanguardia tecnológica y posmodernista (Lozano 2010), comparable al Japón Edo y su cultura mercante de hedonismo y *ukiyo-e*, se asociaron en el imaginario cultural (y

concretamente en el imaginario del *otaku*) ambos modelos de Japón narcisista y sin parangón en el resto del mundo. Sin embargo, en los años noventa, con la explosión de la burbuja a la que siguieron tiempos de incertidumbre social, tan sólo el movimiento *otaku* permaneció como aspecto positivo (con producciones culturales de calidad que empezaban a ser exportadas a los mercados globalizados). En su reivindicación de un Japón de pasado glorioso, el manga y el *anime* empezaron a adoptar temáticas que convertían a la época Edo en el contexto ideal de sus historias. La herencia de aquel momento de creatividad máxima aún se hace notar en las producciones actuales, así como en las ilustraciones de Pixiv, Drawr y Tegaki Blog.

Sin embargo, ni siquiera el *otaku* más chovinista puede prescindir de aquellos elementos que se han fijado ya en el imaginario cultural y que provienen de otras culturas. La hibridación cultural queda patente de forma evidente en aquellos escenarios que recrean escenas del Japón actual: *McDonald's*, *konbini* (supermercados 24h), máquinas expendedoras forman ya parte del paisaje urbano japonés, pero su implantación fue obra americana. Es observable esa hibridación también, de forma más sutil, en aquellos elementos que recrean, supuestamente, una tradición ancestral y que no son más que construcciones culturales fijadas en la época Meiji como reacción a la occidentalización (Robertson 1991:19)

La nostalgia de épocas que, a través de la ficción y otras representaciones, son asociadas a la magia, el misterio, al poder, a la ausencia de preocupaciones y responsabilidades, remite también a la infancia. Jennifer Robertson hace en su obra un paralelismo entre los conceptos *furusato* (pueblo natal) y “madre” (entendida como matriarca), para llegar a la conclusión que ambos son conceptos que no tienen referente externo debido a la urbanización, occidentalización e industrialización (Matsumoto Ken'ichi en Robertson 1991:21). El amor de la madre es aquello que da forma al concepto *furusato* como escenario de una infancia feliz. En las publicaciones objeto de este análisis, las ilustraciones de pueblos del interior, de niños que regresan de la escuela, de niños en festivales son muy numerosas, lo cual denota esa recurrencia al tema de la infancia expresada en términos de *furusato* ideal y “tradicional.”

しゃぼん玉, ふお〜ど, Pixiv Annual, 2011.



En esta evocadora ilustración existen elementos del discurso auto-orientalista que podrían pasar desapercibidos a simple vista: un espacio de edificaciones japonesas correspondiente a un pequeño pueblo alejado (en principio) de influencias de megalópolis occidentalizadas. El edificio del colegio (al fondo a la izquierda), sin embargo, es un referente a la apertura Meiji, el vestuario de los personajes también es fruto de la globalización. El omnipresente cableado eléctrico también es un recuerdo del proceso de industrialización. Por trivial que parezca, el detalle de las burbujas de jabón es el elemento clave evocador de esta ilustración. Como esferas hechas de agua (y jabón) aluden a la perfección (de la escena) y a la madre como figura del pasado (el agua es símbolo de la madre y las burbujas se alejan del camino en dirección opuesta, la del pasado, según el sentido de lectura de esta imagen).

Aunque, según Goldstein-Gidoni (2001), no existe conflicto en la hibridación debido al pleno conocimiento del origen de los elementos culturales en juego (o por decirlo en términos de Azuma, de la Base de Datos) y, por lo tanto, del papel de cada uno, lo que resulta más interesante en el caso de las ilustraciones seleccionadas es la disposición en la imagen de dichos elementos culturales y la interpretación simbólica que pueda resultar, unido a una posterior adscripción ideológica. Por ejemplo, la cantidad de imágenes que recrean pueblos o ciudades (imagen del *furusato*) casi en la totalidad de los casos vienen acompañadas de la representación de la infancia, mientras que, en obras cuyo escenario parece extraído de la fantasía (en sentido casi Tolkieniano), los personajes suelen ser más adultos y mayoritariamente mujeres poderosas e inalcanzables, a menudo exteriorizando características que las hacen racialmente diferentes (color de la piel, facciones animales, constitución física, etc) con respecto a la representación habitual de la mujer joven.

Las ilustraciones *kawaii* (infancia, protección, *amae*, *furusato*, Japón remoto, amor materno, referencias eróticas sutiles a la hermana menor como ideal femenino) se contraponen a otras ilustraciones enmarcadas en la fantasía reinterpretada en forma arcana de la mujer como fuerza de la naturaleza sexualmente activa. Estas últimas están definidas por elementos que hacen referencia al Japón más descarnadamente urbano (grandes metrópolis, referentes al género postapocalíptico, etc) y también incluyen elementos que remiten a la reinterpretación japonesa del género de la fantasía heroica popularizado en Japón gracias a las obras de Mizuno Ryō (*Record of Lodoss War*) como son escenarios medievales pseudo-europeos (castillos, armaduras, etc) y prácticas mágicas procedentes de la cultura europea y japonesa. Ese escenario, aunque indefinido, simboliza la alteridad, lo opuesto al *furusato*. A la luz del visionado de estas publicaciones, ambos son claramente influyentes, y se establece una dinámica pendular entre uno y otro.

CONCLUSIONES

Dado que el título de este trabajo es *Aproximación a la comunidad artista amateur japonesa*, las conclusiones que se exponen en este apartado no son definitivas. A falta de un estudio más detallado sobre aquellos aspectos fuera de la actividad *online* tales como eventos, exposiciones y ferias, las conclusiones a las que se ha llegado tras el estudio aluden a la actividad artística que se desprende del uso del soporte virtual (tratado en el capítulo II) y de la observación y análisis de las publicaciones (capítulo III). Aunque en un principio se contempló la posibilidad de realizar entrevistas a usuarios de las comunidades *online* a través de *email* (incluyendo usuarios que han sido seleccionados para publicar en soporte editorial), esta idea fue desestimada debido a la dificultad de elaborar un cuestionario pertinente y seleccionar una muestra adecuada que cubriera todas las facetas del artista, cuestión que habría supuesto una prolongación inasumible para este trabajo. Por ello, todo tema concerniente a la figura de los artistas, junto con las entrevistas, queda pendiente para una futura ampliación del estudio, a realizar preferiblemente en Japón.

A partir del análisis tanto de las comunidades *online* como de algunos productos derivados de la actividad de éstas, se puede observar una doble tendencia por lo que se refiere a la promoción de la estética manga. Una tendencia más libre (en cuanto a temática y utilización de los recursos estilísticos) y otra más enmarcada dentro de lo que se ha denominado estética *kawaii* y que domina la mayor parte de productos de consumo que requieren del diseño gráfico para su comercialización. El soporte *online*, esto es, las propias comunidades de artistas (Pixiv, Drawr y Tegaki Blog) cuentan con obras de todo

tipo de temáticas y grafismos, que se publican en la página web y se cuentan diariamente por cientos o miles. Sin embargo, las compilaciones del material más popular en forma de libros no reflejan la variedad temática y estilística de la actividad *online*. Por el contrario, aglutinan obras con una estética similar que dan una imagen unitaria del colectivo *online* al que pertenecen los autores escogidos. Esa unidad ficticia hace crecer la sensación en el espectador de coherencia estilística y de adscripción (o seguidismo) a un determinado movimiento artístico, en este caso, el Superflat, debido a las innumerables referencias conceptuales, estilísticas y de procedimiento. En las publicaciones de Pixiv se unen el refinamiento de la obra de los mejores *amateurs* escogidos por los mismos usuarios mediante los *rankings* y, también, el prestigio que supone que todas esas obras remitan a un movimiento institucionalizado e influyente como el Superflat, que a su vez, remite al arte japonés pre-Meiji y a productos, cuya tradición y repercusión son ampliamente conocidas, como el manga y el *anime*. Por consiguiente, se ejecuta una hábil maniobra de *marketing* que reporta ventas seguras entre el colectivo *otaku*-consumidor ávido de productos con esa estética, pero también será un material muy deseado por aquellos *otaku*-creativos que, consciente o inconscientemente, reivindican el carácter artístico prestigioso del estilo que ellos mismos promueven a través de la adhesión a esas comunidades *online*.

Los mecanismos de selección artística que se aplican para la elaboración de los tomos recopilatorios, empero, no deben ser considerados únicamente como estrategia mercantil, sino que también resultan una muestra reveladora de aquellos elementos que hacen de la estética manga algo rentable, y además la elevan a la categoría de Arte. Pixiv ofrece mediante sus libros una vía de profesionalización a ese determinado grupo que refleja en sus obras los aspectos de la estética manga más explotable que se han expuesto en el capítulo anterior. Sin embargo, esa criba aparta a muchos artistas que, por desmarcarse de esa tendencia, no aparecen en libros y manuales editados en papel y que, en cambio, continúan teniendo repercusión en el ámbito *amateur* por excelencia del mundo *otaku*: el *doujinshi*. De ese modo, Pixiv ha creado un estadio intermedio entre el mundo profesional y el tradicionalmente *amateur* que no hace sino evidenciar las corrientes en la toma de decisiones de los comités de producción en el mundo

profesional (Condry 2009:140). Por ello, se podría decir que el mundo *amateur* está experimentando una profesionalización de sus planteamientos y esta tendencia se traduce en un estancamiento artístico que lleva a explotar los mismos recursos procedentes de la tradición estilística del manga y el *anime* (que en estos momentos sufre una crisis de genio y una saturación de elementos *moe*), y que delega el factor experimental en los sectores más reacios a entrar en esta dinámica de profesionalización: entre ellos destaca el colectivo de mujeres artistas, cuya presencia en manuales y publicaciones es escasa en comparación con su actividad en el soporte *online*. Hay que recordar en este punto, que uno de los aspectos más interesantes de Pixiv es la articulación del colectivo del *doujinshi* (un colectivo mayoritariamente compuesto de autoras) a través de calendarios de eventos y *tags* exclusivamente dedicados a ellos, dichos *tags* siempre ocupan un lugar destacado en la página principal de la web.

Esa querencia hacia grafismos y temáticas más rentables afecta también al colectivo de autoras, que incorporan los elementos descritos en el capítulo III a su obra de forma reaccionaria. Mientras en las web y *doujinshi* proliferan obras que retratan a un chico *kawaii* de la misma manera que se trata la figura de la chica *kawaii*, como objeto sensual y sexual, en las publicaciones semiprofesionales la presencia de la imagen del hombre cándido y desvalido es casi inexistente. Se apunta como razón principal para la desaparición de la imagen del hombre como objeto la prevalencia del conservadurismo en las temáticas comercialmente rentables y la estructura del mercado, es decir, en la exaltación de la figura femenina como tema principal destinado a un público básicamente masculino (cabe recordar las connotaciones sexuales de la representación de la mujer en las ilustraciones) que sigue siendo visto como el *otaku* en general.

Así pues, pese a contar entre sus usuarios con un numeroso colectivo femenino que articula gran parte de la actividad *online*, Pixiv, Drawr y Tegaki Blog parecen promocionar de forma más evidente, mediante sus libros ilustrados, al autor de perfil clásico. Es decir, hombres que ilustran un ideal femenino basado en el concepto *kawaii* (la belleza de lo indefenso e inmaduro), con elementos *moe* que suplen la ausencia de cualquier narrativa que pudiera haber tras el personaje y con fuertes vínculos a una

tradición imaginativa que recrea la infancia (el concepto de *furusato*).

Aunque no es conveniente hacer desembocar este estudio en una problemática de género entre autores y autoras, resulta significativo que, ante una crisis de genio en el sector más importante de los productos que incorporan la estética manga, la creación de manga en sí misma, los editores se aferren a los mismos clichés que han propiciado el agotamiento narrativo de las historias, y que las ilustraciones sean el nuevo medio para captar la atención del público. Se convierten en un artículo de *merchandise* más. Las ilustraciones semiprofesionales de los libros de Pixiv están más cercanas conceptualmente a una figura de resina que a un manga. Mientras tanto, las obras creadas explícitamente por y para mujeres bajo los mismos parámetros no encuentran salida al mundo semiprofesional y siguen dependiendo de asociar las imágenes a una narrativa (*doujinshi*) para encontrar una vía de difusión y consumo a menor (pero no menos relevante) escala.

Sobre la actividad *online*, de la que se ha apuntado que el papel de la mujer es notable, hay que resaltar el cierto hermetismo que rodea el aspecto comunicativo que proporciona la página web. Como se ha podido observar, el ejemplo global, Deviantart, pone de relieve, por encima de la actividad artística, la comunicación entre usuarios; mientras que Pixiv, Drawr y Tegaki Blog limitan las opciones comunicativas de manera que el atractivo principal son las obras expuestas, que por medio de los *tags* pueden ver su visibilidad en la comunidad restringida o aumentada (por el propio usuario autor y los demás usuarios). De ese modo, y al delegar en un sistema de puntuación anónimo la relevancia de una obra en la página web y la posibilidad de ser escogida para dar el paso al mundo semiprofesional de las publicaciones, Pixiv consigue un aura de seriedad y profesionalidad que no consigue Deviantart. Drawr y Tegaki Blog incorporan el desenfado en la comunicación propio de Deviantart con el atractivo añadido de que la comunicación es mediante imágenes. Así, se limita el grupo de usuarios a aquellos que tengan la habilidad de dibujar (con las herramientas que la web proporciona). Mientras que el referente global permite la visualización sin necesidad de registrarse y el registro no conlleva una implicación de orden artístico en la comunidad (un usuario puede

crearse una cuenta sólo para comentar), Pixiv, Drawr y Tegaki Blog analizadas en conjunto dejan entrever mecanismos que dificultan el acceso y/o la participación en la actividad *online*, por ello se habla de cierto hermetismo que, por otra parte resulta indicativo de una mayor vinculación con la actividad artística, respecto de la actividad puramente social.

Semejantes diferencias entre el ejemplo global y los “japoneses,” hacen difícil asumir que el modelo de comunidad *online* de Pixiv y su sistema de profesionalización por medio de la asociación con editoriales que estén dispuestas a editar impecables volúmenes recopilatorios pueda implantarse en otros países, como por ejemplo, España. A pesar de que la estética manga tiene mucha influencia en el resto de mercados globalizados, y por lo tanto en muchos autores en ciernes, dicha estética no goza del reconocimiento artístico que sí tiene en Japón. Aunque el vínculo entre Arte y Cómic (narrativa gráfica) pueda parecer trivial, no lo es si se tiene en cuenta que proporciona el prestigio necesario para percibir una determinada estética (que a priori incluye grafismos muy dispares) como un todo unitario. Esa percepción garantiza un sentimiento de identificación del público con el producto, y más teniendo en cuenta todo el trabajo de legitimación histórica del estilo manga. La identificación se opera por la función discursiva de la construcción de la identidad hegemónica. En un estudio anterior,⁵⁰ se realizó una encuesta para determinar cuál era el mayor atractivo del manga entre 30 jóvenes universitarios japoneses: más de un 90% aludían al origen “japonés” del mismo y a la recurrencia de temas cotidianos “japoneses.”

Sin embargo, y a pesar de las influencias estilísticas, en países como España, el manga no está vinculado a la propia tradición de la historieta, sino que es un producto importado de Japón y es relativamente nuevo. De manera que el artista no japonés de influencia manga no va a poder consolidar su carrera dentro de un marco estable. Aunque un sistema de manuales y libros ilustrados podría resultar una buena opción de difusión de la labor de estos jóvenes artistas, como está mostrando la incipiente

50 Ver Anexo II, p. 90

actividad de la editorial Monsa,⁵¹ la nueva iniciativa de EDT (antes, Glénat Ediciones) con su línea de manga autóctono *Gaijin*, e incluso la tradición en el colectivo de fanzines español; todavía no se consigue la consolidación de los autores de influencia manga autóctonos. Determinar las causas que parecen trascender aspectos puramente gráficos, puede resultar una interesante línea de investigación para trabajos futuros.

En cuanto a la proyección de estas comunidades *online* de origen japonés cabe señalar que casi a diario se aprecian mejoras de las prestaciones en cuanto a la edición del material que se expone, y también en sus funciones comunicativas. En los últimos días, Pixiv ha incorporado un sistema mediante el cual un usuario que visualiza la obra de otro, inmediatamente puede visualizar a un lado de la pantalla obras similares (en miniatura). Con esta función se da un paso más en el fomento de la interacción entre usuarios, pero siempre desde la órbita artística: se recomiendan obras, no usuarios. Además, las campañas en colaboración con otras empresas aumentan día a día y Pixiv prevé el lanzamiento de nuevos manuales con más frecuencia, convoca concursos para aparecer en su revista mensual *Quarterly Pixiv*, y el calendario de eventos mejora las prestaciones regularmente: ahora es posible visualizar artistas que acuden a un evento y las obras que se van a presentar. El sistema de *tags*, por arbitrario que pueda parecer, funciona bien como reclamo a cualquier nivel: entre usuarios, entre grupos de usuarios, como marcador de eventos, etc. Por su parte, las mejoras de Tegaki Blog y Drawr son básicamente mejoras técnicas de las herramientas de dibujo, con lo cual es posible ver obras cada vez más elaboradas. Quizá, debido a la calidad que se está alcanzando, no podría tardar en aparecer un manual de Tegaki Blog para usar los recursos de la web.

A nivel de comunidad *online* que ofrece servicios y opciones varias que incluyen la profesionalización del sector ilustrador de estilo manga, de los ejemplos vistos en este trabajo sólo cabe esperar que alcancen más repercusión y se consoliden como comunidades de artistas globales, aunque (como se ha dicho) la mayoría de actividades

51 <http://www.monsa.com/pw/> Editorial con sede en Barcelona cuyo catálogo incluye publicaciones relacionadas con temas de cultura popular nacional e internacional. En su serie *Manga Paso a Paso*, autores nacionales elaboran un manual de manga de gran calidad.

son exclusivas para usuarios en Japón.

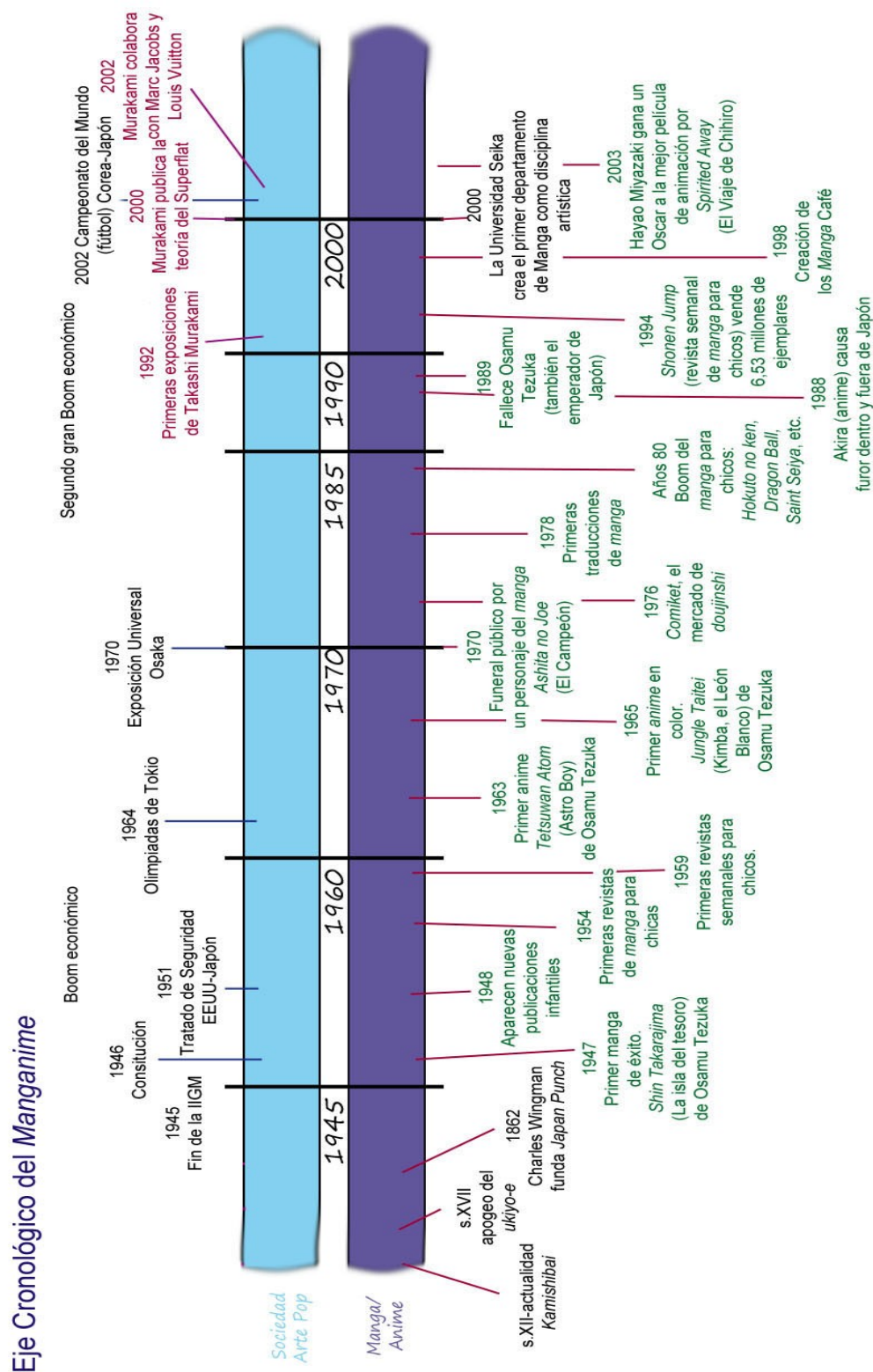
Para terminar, recuperando y confirmando la hipótesis de partida de este estudio, se puede concluir que, en Japón sí es necesario ese grupo de artistas procedentes del mundo *amateur* y/o que explotan medios *amateur* tales como las comunidades *online* objeto de estudio de este trabajo. Sin embargo, también es cierto que, al transferirse esta parte del mundo *amateur* al mundo profesional o semiprofesional que se propone desde los soportes *online*, prevalece el conservadurismo frente a la experimentación, novedad y creatividad, cualidades que se suponen en gran parte de los ilustradores e ilustradoras que componen la comunidad *amateur online*. Tal conservadurismo se manifiesta mediante un conjunto de grafismos, conceptos y procedimientos que han quedado obsoletos en el sector que alimenta todas estas corrientes: el manga como narrativa gráfica. La estética que se deriva del manga ya ha consagrado su lugar en el mundo del Arte porque una vez mostró ser un gran revulsivo para un público que se convirtió en *otaku*. En la actualidad, vuelve a precisar de una revolución interna para revitalizar el mercado saturado de elementos *moe*. A pesar de que el mundo *amateur* bien podría aportar este nuevo revulsivo, el mantenimiento de las tendencias hacia un estilo inamoviblemente rentable pero estancado, imposibilitan la labor del artista *amateur* experimental, que no ve opciones de distribución comercial amplia para su producto.



少女500ml de 椎茸うりも, Pixiv Girls Collection, 2009

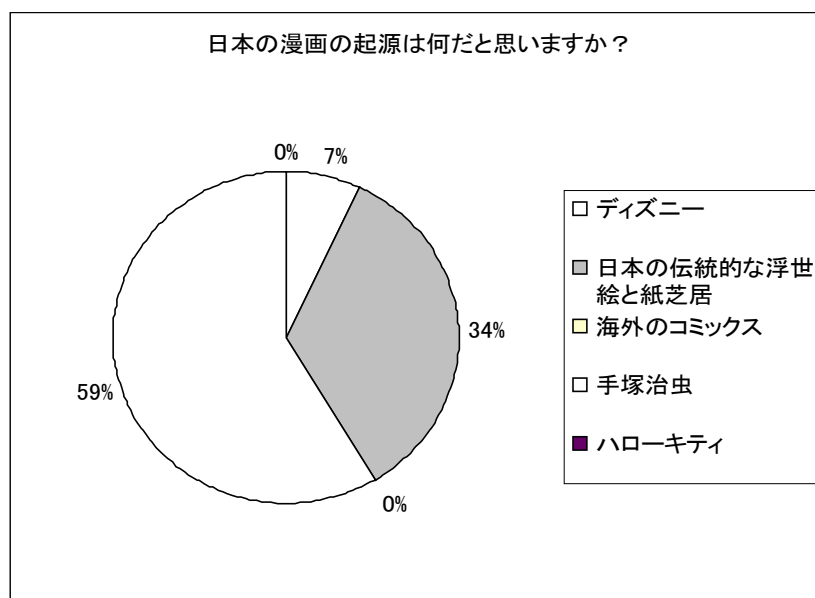
Esta imagen puede servir como resumen definitivo de la estética manga favorecida con fines publicitarios y comerciales que tiene continuidad gracias a los ideales de *tegaki*, *kawaii*, *moe* y *furusato*. Dos colegialas descalzas duermen encerradas en una botella reciclable. Esta obra está plagada de símbolos femeninos: la botella, el agua, las dos chicas. Se encapsula un mundo (una estética) creado por y para el hombre. La morbidez de los personajes (representada en sus pies descalzos) alude tal vez a la obsolescencia en que derivan los preceptos de recuperación del mundo infantil y del encierro de la mujer en un mundo masculino. Sin embargo, el apego a este mundo es muy fuerte, como muestra el símbolo de reciclaje, que sigue reivindicando la presencia masculina.

ANEXO I



ANEXO II

Estudio previo realizado en Japón entre mayo y julio de 2011. Fragmentos correspondientes a los resultados de la encuesta realizada a 30 estudiantes universitarios entre 18 y 22 años, de ambos sexos, todos lectores de manga declarados. A la pregunta: *¿Cuál crees que es el origen del manga?* Un 59% contestó “Tezuka Osamu” y un 34% contestó “Las artes tradicionales japonesas del Kamishibai y el Ukiyo-e.” Como otras opciones figuraban: “los comics extranjeros,” “Disney” y “Hello Kitty.” Ninguna de estas tres opciones fue escogida, pese a que Disney fue quien influyó decisivamente en la obra de Tezuka y una de las primeras revistas de manga fue fundada por el dibujante Charles Wingman, cuya manera de narrar influyó notablemente en el manga. La repercusión de Hello Kitty como mascota abanderada del estilo *kawaii* tampoco resulta desdeñable.



A la pregunta (de respuesta libre) “¿Qué imagen tienes de los comics extranjeros?” La respuesta fue un mayoritario “*Temática de Superheroes*,” seguido por “*Dibujo realista*.” Aun así, ningún encuestado se confesó lector de obras creadas fuera de Japón. En este pequeño estudio se llegó a la conclusión de que el lector medio japonés valora positivamente los elementos culturales reconocibles para él y por ello no precisa entender, ni siquiera mostrar interés por obras extranjeras.

BIBLIOGRAFÍA

- 2channel (2012) *Stats* URL: [2channel stats http://stats.2ch.net/suzume.cgi?yes](http://stats.2ch.net/suzume.cgi?yes) Último acceso, julio 2012.
- Anime News Network (2010) *Manga Sales* URL: <http://www.animenewsnetwork.com/news/2012-01-23/2011-comic-sales-totaled-271.71-billion-yen-in-japan> Último acceso, abril de 2012.
- Azuma Hiroki (2001, 2009) *Otaku Japan: Database Animals*. University of Minnesota Press.
- Baudrillard, Jean (1969, 1999) *El Sistema de los objetos*. México: Siglo XXI.
- _____ (1978). *Cultura y Simulacro*. Barcelona: Kairos.
- Befu Harumi (2001) *Hegemony of Homogeneity. An anthropological analysis of Nihonjinron*. Trans Pacific Press.
- Beltrán, Joaquín (2008) *Orientalismo, Auto-orientalismo e interculturalidad de Asia Oriental*. En Nuevas Perspectivas de Investigación Sobre Asia Pacífico, nº2, edición aumentada. Editorial Universidad de Granada. Versión pdf en Interasia Papers. URL: <http://www.fti.uab.es/interasia/documents/beltran-orientalismo,%20autoorientalismo%20e%20interculturalidad%20de%20asia%20oriental.pdf> Último acceso en Julio de 2012.
- Benjamin, Walter (1939-1989) *La Obra de Arte en la Época de su Reproducibilidad Técnica*. Discursos Interrumpidos I. Buenos Aires: Taurus,.
- Bogarín Quintana, Mario Javier (2008) *El Sustrato Teórico del Fenómeno Otaku*. Revista Observaciones Filosóficas. Revista de Filosofía Contemporánea. Indexada en la Base de Datos de la Universidad Complutense de Madrid
URL <http://www.observacionesfilosoficas.net/elsustratoteorico.html>
- Business Dictionary (2012a) *Webmaster*
URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/webmaster.html>

- _____(2012b) *ISP*
URL:<http://www.businessdictionary.com/definition/internet-service-provider-ISP.html>
- Castells, Manuel (1996, 2000) *The Rise of the Network Society en The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I*. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
- _____ (2004) *An Introduction to the Information Age en The Information Society Reader*, Frank Webster, Raimo Blom, Erkki Karvonen, Harri Melin, Kaarle Nordenstreng, and Ensio Puoskari (ed.) London and New York: Routledge, pp 138–49.
- Cirlot, Juan-Eduardo (1968, 1994) *Diccionario de Símbolos*. Barcelona: Labor.
- Condry, Ian (2009) *Anime Creativity Characters and Premises in the Quest for Cool Japan*. Theory Culture Society 2009 26: 139, pp. 140-164.
- Deleuze, Gilles; Guattari, Félix (1991, 1993) *¿Qué es la Filosofía?*. Barcelona: Anagrama.
- Deviantart (2012a) *About* URL: <http://about.deviantart.com/> Último acceso, mayo 2012.
- _____(2012b) *Journal: Username Changes Now Available*
URL:
<http://danlev.deviantart.com/journal/Username-Changes-Now-Available-302394666>
Último acceso, julio 2012
- Doi Takeo (1973,2001) *The Anathomy of Dependence*. Tokio: Kodansha Internacional
- Freitas, Maria (2008) *Deviantart, where art meets application*. University of Madeira.
URL: <http://hci.uma.pt/courses/socialweb/> Último acceso, marzo de 2012.
- Freud, Sigmund (1914, 2000) *El Psicoanálisis del Arte*. Madrid: Alianza.
- Galbraith, Patrick (2009) *Moe, Exploring Virtual Potential in Post-Millennial Japan*. EJCJS. URL: <http://www.japanesestudies.org.uk/articles/2009/Galbraith.html>
Último acceso, septiembre 2012.
- García Canclini, Néstor (1997) *Culturas híbridas y Estrategias Comunicacionales*, Estudios sobre Culturas Contemporáneas, junio, año/vol III, número 005. Universidad de Colima, México, pp. 109-128.

- Goldstein-Gidoni, Ofra (2001) *Hybridity and Distinctions in Japanese Contemporary Commercial Weddings* en Social Science Japan Journal Vol 4, Número I, pp. 21-38. Oxford University Press.
- Gravett, Paul (2004, 2006) *Manga, La Era del Nuevo Cómic: 60 años de Cómic Japonés*. Madrid: H. Kliczkowski.
- Guth, Cristine (2009) *El Arte en el Japon Edo. El Artista y la Ciudad, 1615-1868*. Sevilla: Akal.
- Infoempleo.com (2012) *I Informe Infoempleo sobre Redes Sociales y Mercado de Trabajo en España*. URL: <http://www.slideshare.net/InfoempleoSlide/i-informe-infoempleo-sobre-redes-sociales-y-mercado-de-trabajo-en-espaa> Último acceso, septiembre 2012.
- Itô Mizuko (ed.) (2011) *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*. Yale University Press.
- Jung C.G. (1964, 1996) *El Hombre y sus Símbolos*. Barcelona: Paidós.
- Kelly, William W. (2004) *Fanning the Flames: Fans and Consumer Culture in Contemporary Japan*. University of New York.
- Kinsella, Sharon (1995) *Cuties in Japan* en Brian Moeran y Lise Scov, eds, *Women, Media and Consumption in Japan*. Curzon & Hawaii University Press, pp. 220-254
- _____ (1998) *Amateur Manga Subculture and the Manga Otaku Panic* en *Journal of Japanese Studies*, Washington University Press, 24 (2), pp. 297-316
- _____ (2006) *Female Revolt in Male Cultural Imagination in Contemporary Japan*. En la conferencia *The Fourth Chino Kaori Memorial 'New Vision'*, Octubre 2006, Londres. (Versión impresa en inglés y japonés, 2007).
- Lozano Méndez, Artur (2010) *Techno-orientalism in East-Asian Contexts: Reiteration, Diversification, Adaptation* en Telmissany, May and Tara Schwartz, Stephanie (eds.) *Counterpoints: Edward Said's Legacy*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- *Paint Tool Sai Deji E wo Kakou!!!* ペイントツールサイでデジ絵を描こう！！ (“¡¡Dibujemos obras digitales con Paint Tool Sai!!”). Tokio: Inforest, 2009.

- Pixiv (2012a) *CC Lemon Contest tags* URL: <http://www.pixiv.net/contest/suntory-cclemon.php> Último acceso, junio 2012.
- _____(2012b) *CC Lemon Contest Terms* URL: http://www.pixiv.net/contest/suntory-cclemon_terms.php Último acceso, junio 2012.
- *Pixiv Annual 年鑑 2009 Official Book*. (“Anuario Pixiv 2009. Libro Oficial”). Tokio: Enterbrain, 2009.
- *Pixiv Annual 年鑑 2011 Official Book*. (“Anuario Pixiv 2011. Libro Oficial”). Tokio: Enterbrain, 2011.
- *Pixiv Girls Collection*. ピクシブガールズコレクション. Tokio: Koa Magajin, 2009.
- *Quarterly Pixiv, 2012 vol 07*. クオーターリーピクシブ. Tokio: Enterbrain, 2012.
- Robertson, Jennifer (1991) *Native and Newcomer. Making and Remaking a Japanese City*. University of California Press.
- Satō Keichi (dir.) (2011) *Tiger & Bunny*. Sunrise.
- Sharp, K. (2006) *Superflat Worlds: A Topography of Takashi Murakami and the Cultures of Superflat Art*, School of Applied Communication Design and Social Context Portfolio RMIT University.
- Shirky, Clay (2010) *Cognitive Surplus Creativity and Generosity in a Connected Age*. Penguin Press HC.
- Spivak Chakravorty, Gayatri (1985, 1998) *¿Puede hablar el sujeto subalterno?* en *Orbis Tertius*, 1998, III (6). Columbia University.
- Sugimoto, Yoshio (ed.) (2009) *The Cambridge Companion of Modern Japanese Culture*. Cambridge University Press.

AGRADECIMIENTOS

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento al Dr. Artur Lozano Méndez por su participación activa en el desarrollo de este trabajo. A destacar su disponibilidad, paciencia e implicación desde el primer momento, cosa que ha redundado positivamente en todos los aspectos de la tesina. No cabe duda de que su apoyo y confianza unidos a su rigurosidad han hecho posible los buenos resultados obtenidos. Espero seguir contando con su colaboración en futuras investigaciones.