

**UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE ANTROPOLOGÍA**

OTAKUS EN CHILE

**Tesis para optar al Título Profesional de
Antropólogo**

LUIS PERILLAN

Profesor guía: Dr. Roelf Foerster G.

Santiago, Chile

2009

Índice

Introducción	Pág. 2
Consideraciones Teóricas	Pág. 4
Consideraciones Metodológicas	Pág. 6
Un fenómeno que viene de Japón	Pág. 8
Caracterización de los Otakus en Japón	Pág. 9
Otakus en Chile	Pág. 16
El Consumo	Pág. 23
Videoanimación Japonesa	Pág. 31
Los Otakus y el Animé	Pág. 36
Consumos Asociados	Pág. 39
La Identidad	Pág. 43
Identidad e Identificación en los Otakus	Pág. 45
Otakus como Movimiento Juvenil	Pág. 50
La Participación en los otakus	Pág. 59
Los Espacios de Participación	Pág. 61
Internet y Participación en el Espacio Virtual	Pág. 64
Identidades Alternativas	Pág. 69
Grupos entre los otakus	Pág. 73
Relaciones otakus	Pág. 77
Conclusión	Pág. 82
Glosario	Pág. 88
Bibliografía	Pág. 91

INTRODUCCIÓN

A partir de la década de los noventa apareció en Chile un grupo, o movimiento de jóvenes, autodenominado “otakus”, conformado por sujetos aficionados o fanáticos de la videoanimación japonesa (entendiendo por ello un compendio de dibujos animados, cómic, música y videojuegos de origen japonés)¹. Los miembros de dichos grupos se reúnen en torno al consumo de tales productos, relacionándose entre sí tanto para la circulación de estos, como para la organización de actividades o simplemente para conocer personas de gustos afines.

Los otakus, silenciosos e ignorados por la gran mayoría del país, han desarrollado numerosas actividades, entre las que cabe destacar la “Otakuton”, iniciativa desarrollada para reunir fondos en beneficio de la Teletón 2004, y que convocó a 3.500 jóvenes otakus que aportaron en ese momento una suma de más de tres millones de pesos. También es preciso recordar a las 1.800 personas que se reunieron para el aniversario de un programa de radio enfocado al público Otaku en el cine Lido (Resident Hit, con 2 funciones repletas en las cuales se exhibió el final de la serie de televisión HunterXHunter), además de una media docena de ciclos de animación regulares sólo en Santiago, sin contar que durante varios años uno de los sitios web chilenos más visitados fue el portal de animé “www.animeportal.cl”, página dedicada a la difusión del animé en Chile, y mantenida exclusivamente por otakus, contando con cerca de tres mil inscritos².

¹ Videoanimación que comprende una estructura de relaciones que se establecen entre los diferentes soportes, de tal manera que el texto nunca se encuentra completo hasta que se han relacionado los diferentes soportes, así ‘Pokemon’ nace como un videojuego, que luego es complementado por una serie de dibujos animados, juegos de cartas, páginas web, entre otros. Del Villar, 2005.

² Aunque no existe una estadística real del número total de otakus que hay en el país, se puede conjeturar que no es una cifra menor puesto que el año 2000 la audiencia de Dragon Ball Z fue de entre 3% y 2% para el sector de 20 a 35 años, en un período en el cual los episodios ya se estaban repitiendo, similar situación se encontró en series como Sailor Moon (Consejo Nacional de Televisión año 2000, citado en Del Villar 2003 B). Por otro lado, recientes estadísticas japonesas publicadas por el Instituto de Investigación Nomura, sostienen que hay 1,72 millones de otakus en Japón (fuente <http://www.animénewsnetwork.com/article.php?id=7573>)

Todo lo anterior da cuenta de que no se trata de un simple grupo marginal de *freaks* con gustos extraños o de personas que se creen japonesas (como algunos entienden a los otakus)³.

Un punto importante a aclarar es lo que entendemos por el “fenómeno de los otaku”, desde nuestra perspectiva, es posible distinguir una serie de elementos que se relacionan en la conformación de los otakus como fenómeno. En primer lugar, podemos mencionar una historia que se origina en los años 70’ con la proliferación de series de dibujos animados japoneses en Chile (Tales como Candy, Mazinger Z, Marco, entre otras), continuadas por los más recientes éxitos televisivos (Sailor Moon, Dragon Ball Z, Caballeros del Zodiaco, Pokemon, Samurai X, entre otros). En segundo lugar, existen relaciones internas entre grupos que son precisas de describir y explicar, como es la relación con el entorno particular; relaciones con los objetos de consumo (videoanimación), que no se reducen simplemente a un consumo mercantil de bienes. Además, existe una relación con la tecnología y, al mismo tiempo, una identidad en permanente construcción que permite a los otakus reconocerse entre sí. Finalmente, una serie de valores y principios se manifiestan en este grupo.

En la presente investigación, por lo tanto, se intentará profundizar sobre las particularidades de este grupo, ya sea en la forma que tienen de relacionarse, el modo en que ellos mismos comprenden su situación; su visión del mundo adulto (independientemente de que gran parte de este grupo esté formado por adultos), y principalmente, entender cómo ellos configuran una identidad y cómo ésta les permite enfrentar la realidad que les rodea.

De este modo, veremos en el primer capítulo qué es lo que se entiende por otaku en Japón -lugar de donde proviene el movimiento- y algunas de las principales características que éste tiene. Advertiremos también cómo se describen los otakus chilenos, y cuáles son las actividades que desarrollan, abordando las características narrativas del animé y el rol de su consumo para

³ En este sentido, hay que diferenciar claramente a los otakus de los denominados ‘Pokemones’, quienes son una moda estética de influencia visual y *key* de origen japonés, sin embargo, estos no construirían su identidad sobre el consumo de japoanimación, sino que sobre la música y la interacción social.

comprender cómo se constituye un grupo en base a éste.

En el segundo capítulo abordaremos la identidad entre los otakus, discutiremos tanto el concepto mismo de identidad, cruzándolo con el concepto de identificación, como las formas en que estos principios operan entre los otakus entrevistados. Para ello, se realizará una comparación semiótica de dos sujetos polares en su construcción identitaria, tratando con esto de aclarar el rol que juega el grupo en su propia identidad juvenil.

En el tercer capítulo definiremos el rol y las formas de participación entre los otakus, considerando no sólo la conceptualización de la participación sino también el rol de los espacios público y privado, incluyendo el espacio virtual de Internet en la construcción de su identidad.

Por último, en el cuarto capítulo repararemos en las relaciones que sostienen los otakus, tanto las que se pueden encontrar entre los propios otakus, como las existentes con personas que no forman parte de su círculo, es decir, familia y amigos principalmente.

Consideraciones Teóricas

Producto de la orientación antropológica de la presente tesis, y de los contenidos que en ésta se exhiben, será central el concepto de cultura que manejemos para entender todo lo que se plantea en el sentido más epistemológico de la expresión, es por ello que para su comprensión utilizaremos la definición planteada por Clifford Geertz en “La Interpretación de las Culturas”⁴, la cual concibe a la cultura como “tramas de significación que él mismo (el hombre) ha tejido”⁵, agregando que es un “sistema de signos interpretables”⁶. Esto significa que la cultura es una red de signos y que, por ende, su estudio será ante todo semiótico (en su amplio sentido) e interpretativo.

Entre las características que se pueden apreciar de esta forma de ver la cultura, además del carácter simbólico e interpretativo de ésta, se encuentra el

⁴ Geertz, 1987.

⁵ Ídem. Pág. 20.

⁶ Ídem. Pág. 27.

hecho de que la cultura en cuanto tal es pública (por lo tanto sus significaciones también lo son) y que es ante todo contingente, esto es, que nunca está completa (desde el punto de vista histórico), y que la labor del antropólogo sólo puede describir o interpretar un momento de la misma, ya que al ser dinámica puede mutar permanentemente.

Sin embargo ¿Qué significa que la cultura sea una red de signos? ¿Qué implica que su estudio sea semiótico? Geertz no da una respuesta clara a estos problemas, prefiriendo describir el funcionamiento de los códigos culturales con ejemplos prácticos, tales como el ‘tic de Ryle’ o las ‘ovejas de Cohen’, en los que el conocimiento de los significados sociales permite construir una interpretación de los hechos, lo mismo que ocurriría en el caso de la riña de gallos en Bali. Desde nuestra perspectiva, aunque este planteamiento se muestra operativo, carece de una solidez teórica que permita la comprensión de los fenómenos sociales. A este respecto, Umberto Eco retoma la idea de la cultura como un “sistema de signos” para sostener que ésta puede ser analizada como un fenómeno semiótico⁷, pese a que la idea de cultura de Umberto Eco es bastante diferente del concepto geertziano, pues mientras Eco alude a la cultura como un fenómeno abstracto y comunicable (por lo cual puede entenderse como individual), Geertz pone el énfasis en que la cultura es red de significados y ambiente que dota de sentido a los significados, por lo cual el carácter comunicacional de la cultura no tiene mayor importancia dentro de su teoría, destacándose el carácter público de la misma⁸. De esta manera, queda de manifiesto que en el concepto de Eco todo en la cultura es cultural, a diferencia de Geertz, quien descarta los hechos concretos que sólo adquieren sentido dentro de la cultura, es decir, que la cultura es una red de significados públicamente conocidos que utilizan los sujetos (o interpretan como es el caso del antropólogo) para producir sus acciones, las que posteriormente son reinterpretadas colectivamente por la sociedad, volviendo a la cultura. Geertz

⁷ Eco, 1977.

⁸ Francisco Osorio en su artículo ‘La Explicación en Antropología’ expone la relación entre la semiótica de Eco y el interpretativismo de Geertz, comentando sobre la teoría de Eco “desde el momento en que existe sociedad, todas las funciones se transforman en signos de esa función. Esto es posible porque existe cultura”. Osorio, 1998.

afirma que “La cultura no es una entidad, algo a lo que puedan atribuirse de manera causal acontecimientos sociales, modos de conducta, instituciones o procesos sociales; la cultura es un contexto dentro del cual pueden describirse todos esos fenómenos de manera inteligible, es decir, densa.”⁹

Consideraciones Metodológicas

Tal como ha sido descrito en el marco teórico, entenderemos la cultura como “tramas de significación que él mismo (el hombre) ha tejido”¹⁰, implicando esto que hacer antropología es un acto semiótico, puesto que se intenta interpretar signos mediante el descubrimiento de los códigos subyacentes a la actividad humana. Por tanto, la forma de aproximación al objeto de estudio, entendiendo el objeto como cultura, será semiótica, de manera tal que mediante el análisis de datos de tipo semiótico se construirá el marco interpretativo de la investigación. Posiblemente, lo normal sería aplicar la descripción densa como método interpretativo de la realidad, sin embargo, existen una serie de dificultades metodológicas en la aplicación de la descripción densa que terminan diseminando la validez de la interpretación simbólica planteada por Geertz¹¹. Por un lado, dicha interpretación se basa de sobremanera en la apreciación subjetiva del observador, de manera que el propio Geertz acepta la idea de que el texto etnográfico es de autoría del antropólogo¹², cuestión que invalida una interpretación científica adecuada. Por otro lado, la interpretación del documento etnográfico termina siendo construida en base a información solo aseverada por la presencia del antropólogo¹³. Por lo tanto, y aceptando la conceptualización que Geertz hace de la cultura, utilizaremos una metodología de análisis semiótica, que permita una mayor representatividad de la información con respecto al “punto de vista del

⁹ Geertz, 1987. Pág. 27.

¹⁰ Geertz 1987. Pág. 20.

¹¹ Para más antecedentes sobre este problema metodológico ver Carlos Reynoso “El lado oscuro de la descripción densa”. 1990.

¹² Geertz, 1989.

¹³ Clifford, 1988 y 1991.

nativo”¹⁴.

En esta investigación se trabajó con un total de 14 personas, de las cuales 4 (sujetos N° 2, 4, 5 y 6) corresponden a sujetos que han desarrollado actividades asociadas al animé (N° 2 es subtitulador de series y organiza ciclos de animación japonesa regulares, N° 4 es propietario de una tienda de animación japonesa y cine oriental en la galería comercial Eurocentro, N° 5 dirige una revista de animación japonesa en Valparaíso, y el N° 6 administra varias paginas Web dedicadas a la difusión del manga y del animé), siendo todos ellos de edades por sobre los 20 años (25, 27, 21, y 24 años respectivamente). Otras 4 personas (sujetos N° 1, 3, 7 y 8) son aficionados o fanáticos del animé correspondientes a edades superiores a los 20 años (22, 21, 23 y 24 años respectivamente). Finalmente, los 4 restantes (N° 8, 9, 10 y 11) corresponden a aficionados o fanáticos de 20 años o menos. Los restantes dos sujetos fueron descartados por carecer sus testimonios de fiabilidad, sobre todo al compararlos con los demás sujetos entrevistados.

En cuanto al género, los Sujetos N° 1, 2, 4, 5, 8 y 9 son masculinos y los Sujetos N° 3, 6, 7, 10, 11 y 12 son femeninos.

¹⁴ El propio Geertz parece ser conciente de esta limitación al aceptar la idea de que registrar es interpretar, de manera tal que el texto sólo puede ser limitadamente representativo del otro, curiosamente las principales críticas a Geertz se refieren a la falta de representación de su descripción densa, lo cual pareciera provenir de la confusión de sus críticos respecto del lugar de la interpretación, que ellos entienden como análisis de los datos y no del registro, siendo que Geertz plantea claramente lo contrario, negando así la posibilidad de una interpretación representativa del otro.

UN FENÓMENO QUE VIENE DE JAPÓN

Así como el manga moderno (estilo de cómic propio de Japón) nace a fines de los años cuarenta de la mano de Osamu Tezuka -llamado también 'dios del manga'- será éste también quien permita el desarrollo de una industria de la animación al realizar la serie Astroboy en el año 1961, de modo que a finales de la década de los sesenta el animé ya es una industria floreciente en Japón.

Esta primera industria de la animación presenta un claro enfoque hacia el público infantil, y serán estas series de dibujos animados (también llamados Animés) las que llegarán a Chile a fines de la década de los setenta. Al mismo tiempo, en Japón comienza a cambiar la condición infantil del animé cuando aparecen los primeros Animés para público adolescente y adulto. En consecuencia, aquel público que vio animé durante su infancia en los años sesenta y la adolescencia de los setenta se transformará en la primera generación otaku del Japón en los años ochenta, de manera que en 1983 se utiliza por primera vez el término 'otaku', originalmente una forma despectiva de decir 'tú', para designar al fenómeno que estaba afectando a la juventud nipona. No obstante, no fue sino hasta el año 1989 que el término alcanzó notoriedad social, cuando se descubre que un asesino y violador de niñas era un consumidor de animé y videojuegos, es decir un otaku (caso Miyasawa). El caso Miyasawa significó el primer escándalo y revuelo social por la aparición de los otakus (luego vendrían otros más), pese a que los escándalos por la violencia y los desnudos en el manga son casi tan antiguos como estos mismos.

El animé llegó al mundo occidental hacia mediados de los años setenta, de manera tal que hacia finales de la década de los ochenta aparecen los primeros fanáticos occidentales, los que no dudaron en adoptar las terminologías japonesas, llamándose a sí mismos otakus, situación que coincide con la aparición de exitosos animés que causaron gran revuelo en Europa, principalmente Akira y Dragon Ball. A principios de la década de los noventa aparece nuevamente una oleada de animé en castellano, que junto con el animé en formato OVA (animación que se distribuye en video y que permite el tratamiento de temas más adultos que

la televisión) serán fundamentales para la difusión del animé en occidente. El público ahora dispone no sólo de animación en castellano, sino que también de animación enfocada a un público adulto. De esta manera, a principios de los noventa aparecen los primeros otakus chilenos, quienes adquieren su espacio de difusión en el programa de televisión 'Maldita Sea', conducido por uno de los propietarios de la tienda Japanimati3n. Finalmente, a mediados de la d3cada de los noventa los otakus son ya una realidad en Chile.

Caracterizaci3n de los Otakus en Jap3n

3tienne Barral define a los Otakus como "Inadaptados sociales que se refugian en un mundo virtual"¹⁵, esta definici3n en s3 misma representa algunos peligros para entender qu3 son los otakus, fundamentalmente porque no se basa en una experiencia etnogr3fica o en un acabado an3lisis bibliogr3fico, sino que m3s bien se funda en los prejuicios sociales que existen en el Jap3n sobre este grupo. ¿Es posible hablar de inadaptados sociales si estos poseen redes de acci3n solidarias y una capacidad organizativa sin precedentes en Jap3n, tal como lo afirma el propio Barral?¹⁶. Desde otro punto de vista, Jaqueline Berndt afirma que ser otaku "(...) antes significaba 'ego3sta' en grado sumo, o tal vez autista, 'apol3tico', 'asocial', siempre en sentido peyorativo; hoy en cambio se les reconoce la valent3a de ser diferentes, la capacidad de entusiasmo y la riqueza de ideas"¹⁷. Esta visi3n es tambi3n compartida por el propio Barral, quien destaca que los Otakus son un fen3meno que corresponde a una respuesta contra un modelo social japon3s basado en el consumo como norma y en la igualdad como principio social (educaci3n, informaci3n y consumo como los tres pilares de la sociedad

¹⁵ Barral, 1999. P3g. 22. traducci3n personal. Hay que agregar que el mismo concepto de virtual remite a la noci3n de irrealidad (claramente expuesto en la concepci3n de Etienne Barral, lo cual ser3a notablemente impreciso, ya que -como dice Mayans en el caso de Internet- los fen3menos virtuales son realidad en cuanto los sujetos se relacionan en ese ambiente, prefiriendo en este caso el concepto de ciberespacio. Lo que realmente defina a la interacci3n en Internet ser3a la descorporeizaci3n tal como se viera m3s arriba en el texto.

¹⁶ El propio 3tienne Barral cita la Comiket, convenci3n semestral otaku que lleva m3s de medio mill3n de personas en tres d3as, adem3s de describir m3ltiples sistemas de relaciones sociales creadas por estos otakus, incluidas c3tedras universitarias sobre cultura otaku.

¹⁷ Berndt, 1995. P3g. 167.

japonesa que los otakus cuestionan)¹⁸, para el autor los otakus trasgreden la norma negándose a participar del orden social, ignorando los deberes escolares o universitarios para leer revistas, jugar videojuegos o cualquiera sea la actividad que agrade al sujeto; protestan contra un mundo ya estructurado negándose a participar en él, prefiriendo en este caso el mundo virtual donde ellos son dueños de sus propios destinos (ya sea como hackers, dibujando sus propios mangas o apropiándose clandestinamente de sus ídolos). Son delincuentes por gusto en un país donde hay muy pocos delincuentes, no son pandilleros ni asaltantes, sino más bien pirateadores de películas, juegos y softwares, ladrones de diseños en los estudios de animación, coleccionistas de pornografía y fetiches varios, entre otras múltiples actividades que pueden ocupar su tiempo. Este negarse a ser iguales al resto respondería, según el autor, a una estructura educacional que pretende que todos los sujetos sigan los mismos patrones ('que ningún clavo sobresalga' dice el autor durante casi todo el texto), además de una sociedad en la que casi todo se encuentra sometido a las leyes del consumo, incluida la propia sexualidad de los sujetos (de lo que hablaremos más adelante).

En conclusión, existe una confusión entre el sentido de la palabra 'otaku', completamente peyorativo, y el grupo denominado de esta manera, que por su parte suele sentir orgullo de esta denominación, particularmente en el mundo occidental donde no existe la variante peyorativa del término.

Sin embargo ¿Qué es un otaku? Más allá de las definiciones, un otaku es alguien que se refugia en una actividad, o bien un fanático de una actividad que normalmente tiene que ver con el consumo. En Japón, los más comunes son los mangas (doujinshis incluidos), animés, idols (especie de cantantes adolescentes muy populares en Japón), maquetas, model kits (kits de armado, normalmente estatuitas de manga o animé) y videojuegos. Mientras que en el mundo occidental las actividades de consumo de los otakus suelen estar relacionadas con la videoanimación japonesa (series, mangas y videojuegos principalmente). Dado lo anterior, en Japón se entenderá como otaku a cualquier fanático extremo de alguna actividad, en tanto en occidente se llamará otaku a los fanáticos de la

¹⁸ Barral, 1999. Pág. 13.

videoanimación japonesa. En virtud de ello, a un fanático de Star Wars en Japón se le denominaría otaku, en cambio en Chile solo sería un simple fanático. Esta diferenciación tendrá además una gran relevancia, puesto que mientras en Japón el concepto de otaku mantiene un tono peyorativo (el propio Barral sostiene que pocos de estos están dispuestos a admitir que son otakus, 'la mayoría de los otakus se alteran cuando se les insinúa lo que son'¹⁹), en occidente el término está desprovisto de esta carga valórica, por lo cual es usado para autoidentificarse por la mayor parte de los fanáticos de la japoanimación.

Pero ¿Qué implica ser un otaku en Japón? De la lectura del texto de Etienne Barral se pueden deducir una serie de características:

Alta valoración del saber: los otakus, tal como describe Barral suelen ser notables estudiantes, suelen brillar sobre sus semejantes pese a no integrarse al grupo, por lo tanto, hacen de la adquisición de saber una actividad que les permite aislarse de la realidad, sin embargo, el saber no suele ser un saber práctico, sino por el contrario, algo completamente inútil, como por ejemplo conocer todas las ediciones de un cómic (es el caso de 'Conan el Bárbaro'), saber qué editorial la publica y qué influencias tiene. Esto es lo que en occidente denominaríamos un saber erudito pero que para la pragmática nipona no es más que un saber inútil. No obstante, el propio Barral cree que esta acumulación de saber no es otra cosa que una perversión de los principios educativos japoneses, de tal manera que se refiere a los otakus como "(...) estos obsesos de la clasificación y del conocimiento enciclopédico. Su propensión a acumular, clasificar, a recoger o a codificar es la prolongación lógica de la educación que recibieron en la escuela"²⁰. Aunque esta misma acumulación de saber determina el estatus de cada otaku, pues a pesar de que existan redes solidarias y un otaku esté siempre deseoso de enseñar a los demás, no hay que olvidar que "el propio término otaku viene de la constante rivalidad con otro (...) lo que interesa al otaku, es menos la opinión de otros que estar seguro de su propia

¹⁹ Ídem. Pág. 43. traducción personal.

²⁰ Ídem. Pág. 214. traducción personal.

superioridad, o también en modo para ser uno mismo más sabio. Cada uno se mide en unas frases antes de imponerse como amo o alumno²¹, cuestión que determina que un otaku que enseña a los demás es un otaku de mayor jerarquía.

Tendencia a la especialización: algo propiamente del fenómeno nipón es la tendencia a la especialización, esto se puede desprender de los casos con los que trabaja el propio Barral (y sin embargo él no explicita en su texto), y consiste en que los otakus suelen desarrollar sus acciones en áreas específicas, es decir, no son otakus de todo lo que ocurre en los medios de comunicación, sino que sólo de algunas cosas. Por lo tanto, cada otaku acumulará todo su saber en una actividad determinada (ya sean series de dibujos animados o un tipo de serie como las de robots, model kits, o incluso un solo tipo de model kits como los robots, o bien en idols, posiblemente en una sola idol).

Alto manejo tecnológico: “los otaku están en la avanzada de este mundo tecnológico: han crecido tomando a los medios como acerbo y utilizan estos medios de comunicación como “hogar natural” para la satisfacción instantánea de sus deseos²². Poco hay que aclarar respecto de esta característica descrita por Barral que basta sólo decir que no suelen hacer uso de esta tecnología para fines productivos -habiendo por cierto notables excepciones como los miembros del grupo Gainax, una empresa fundada únicamente por otakus fanáticos de la ciencia ficción, o el videojuego Pokemon creado por un otaku coleccionista de bicho-. Así, un entrevistado de Barral afirma que “‘Entramos en un tiempo en que el ordenador no es más una máquina’. Se integra tanto a la vida diaria que adquiere una personalidad en sí mismo. ¿Cuánta gente pasa más tiempo delante de la pantalla de su ordenador de lo que debe comunicarse con seres vivos?”²³, justificando con esto su pasión por los computadores.

Retrazo de la entrada al mundo laboral: esta característica no es privativa de

²¹ Ídem. Pág. 134. traducción personal.

²² Ídem. Pág. 27. traducción personal.

²³ Ídem. Pág. 39. traducción personal.

los otakus japoneses, sino que más bien parece ser una característica generacional, de tal manera que, y citando al psiquiatra Okonogi Keigo, quien afirma: “detecto en los estudiantes japoneses una tendencia a no querer dejar el cómodo capullo universitario, alargando artificialmente sus estudios para diferir su entrada a la vida activa”²⁴, fenómeno que se explicaría por las nuevas condiciones sociales existentes en el Japón actual, donde ya no existe el apuro por reconstruir el país, por el contrario, los jóvenes se encuentran en medio de una hiperproductividad en la cual no tienen ninguna necesidad de ingresar al mundo laboral, pudiendo vivir a costa de sus padres hasta avanzada edad.

Retrazo del desarrollo de la sexualidad: en Japón existirían dos elementos que contribuirían al retraso del desarrollo sexual en los otakus. El primero es el sistema educacional japonés: “en Japón, la prioridad “excesiva” otorgada al aprendizaje escolar relega a un segundo plano el desarrollo sentimental y sexual de los jóvenes”²⁵, lo cual implicaría que sobre todo los jóvenes introvertidos y estudiosos (como serían los otakus) no tienen muchas posibilidades de desarrollo sexual. El segundo elemento es el consumo asociado a la sexualidad, tal como afirma un entrevistado por Barral: “es necesario hacer tanto esfuerzo para llamar la atención de una muchacha que eso me parecía más allá de mis fuerzas. Sobre todo que además me acompleja que ella me encuentre lamentable. Estaba más seguro en mi casa, allí al menos yo podía descansar”²⁶. Los otakus en general parecen poco dispuestos a invertir tiempo y recursos en el plano sexual (pues involucran actividades que de por sí consumen su tiempo y sus recursos), producto de lo cual existiría entre ellos un alto consumo de pornografía (pornografía en forma de animé, videojuegos e imágenes multimedia principalmente). En efecto, “en Japón, la venta de los primeros computadores con multimedia fue estimulada por los CD-Rom eróticos”²⁷.

²⁴ Ídem. Pág. 36. traducción personal.

²⁵ Ídem. Pág. 146. traducción personal.

²⁶ Ídem. Pág. 49. traducción personal.

²⁷ Ídem. Pág. 91. traducción personal.

Perversión de las reglas de mercado: descrita por Barral como la verdadera batalla de los otakus, la perversión de las reglas de mercado, o en estricto sentido del consumismo, “al desviar el mensaje original de los medios de comunicación, al frustrar los objetivos de la sociedad de consumo que utiliza los medios de comunicación para seducirlos, los otaku ponen de manifiesto inconscientemente su deber. Es el caso del camera kozô que fotografían el pequeño calzón de un idol cuando los profesionales del Show-Busines pretenden venderle su ultimo disco, son los dibujantes de fanzines que parodian estos dibujos animados concebidos para venderles juguetes”²⁸. Es decir, que en el sentido de Barral los otaku son más bien una contracultura que se manifiesta contra los abusos de una sociedad hiperconsumista, cuestión que hacen tanto mediante la apropiación y resemantización de los contenidos culturales, así como con la manifestación de conductas abiertamente ilícitas, de tal manera que los otakus “desvían sistemáticamente los productos de consumo, piratean sin vergüenza y contrariando a las empresas que pretenden enriquecerse a costa de ellos”²⁹. Efectivamente, una eterna batalla de los otakus más insignes del Japón se refiere al derecho a la violación de los derechos de autor por parte de los consumidores (su derecho a parodiar principalmente).

De la lectura del análisis que Barral hace de los otakus en Japón se puede aventurar una característica más, que por cierto no es explicitada por el autor, ésta sería la tendencia a la acción de parte de los otakus, tendencia que contrastaría con la pasividad que muestran en la mayor parte de su desempeño. Pero ¿En qué consistiría esta actividad? Pues en la apropiación del objeto de consumo, ya sea mediante la creación de model kits, la organización de eventos, o cualquiera otra actividad que le permita ser un consumidor activo de determinado producto³⁰. Este principio de consumo parece claro en algunos sujetos, principalmente en quienes

²⁸ Ídem. Pág. 238. traducción personal.

²⁹ Ídem. Pág. 218. traducción personal.

³⁰ “El otaku no se satisface con un producto comercial, él siempre necesita superarlo, lo transforma, lo adapta con el fin de apropiárselo plenamente”. Ídem. Pág. 60.

gustan de las maquetas, de hacer fanzines o bien de disfrazarse (interesante manera de apropiarse de un producto), sin embargo, habría que explorar cómo se cumple en el caso de otros consumidores aparentemente más pasivos.

Es preciso preguntarse ¿Qué factores desencadenan la aparición de los otakus?, ¿A qué responden? Bien de la lectura se pueden ingerir dos hipótesis, la primera sería la hipótesis local, la cual afirma que los otakus surgen como una respuesta a un orden social centrado en la educación, la información y el consumo, por lo que se trataría de una respuesta local a un orden social extremo que ha acontecido en Japón. La segunda hipótesis se referiría a transformaciones sociales en los últimos veinte años, en los que la sociedad de consumo desproveyó de símbolos identificatorios a una juventud (e incluso a una adultez) al transar todo en el mercado (después de todo Japón no es el único país donde funciona la economía de consumo), razón por la que los jóvenes recurrieron a los símbolos de una niñez perdida como símbolo de su identidad, y es en base a estos símbolos (el videojuego, dibujos animados, los juguetes armables, ente otros), de profunda valoración emocional, que el otaku construye su mundo evasivo. Por lo demás, y como el propio Barral afirma en el caso de uno de los sujetos que describe, renunciar a lo que la sociedad tiene preparado para ti y encerrarte en un mundo virtual debe ser la primera decisión de adultos de los otakus.³¹

Si las características antes descritas se cumplen en el caso chileno, esto tendría mucho que ver con las condiciones sociales en las cuales se da cada uno de los fenómenos, además de las particularidades que subyacen en cada cultura. Por lo demás, ante la evidencia de que los otakus no son solamente un fenómeno japonés (e independientemente de las particularidades que allí tenga), sino que se masifican en oriente, América (anglosajona y latinoamericana por igual) y Europa (hasta donde señalan los antecedentes), es preciso considerar la segunda hipótesis como la más cercana y la primera sólo como explicación de la realidad extrema del fenómeno en Japón.

³¹ “Paradójicamente esta elección de vida es su primer acto seguramente de hombre adulto. Al negar a comprometerse en la vida que le era trazada por su familia, pasa a ser por primera vez autónomo”. Ídem. Pág. 43. traducción personal.

Los Otakus en Chile

Pese a lo que ocurre en Japón, en Chile ser un otaku se entiende de manera un poco diferente, así encontramos que 8 de los 12 sujetos con los que trabajamos se consideran otakus (Sujetos N° 1, 2, 4, 7, 9, 10, 11 y 12), claro que varios aclaran que ellos son otakus diferentes de los otakus japoneses, esto es, otakus no extremos y asociales, como son descritos popularmente los otakus japoneses. De esta manera, el sujeto N°1 afirma, al preguntársele si es un otaku, *“Sí, pero otaku como se conoce en occidente, porque también me han dicho que otaku es nerd, enfermo de la cabeza, y los huevones no entienden que en occidente la palabra otaku se identifica a los aficionados a la animación japonesa, y yo me considero uno”*, y N°2 opina que *“No puedo no considerarme un otaku siendo que gasto el tiempo y paso juntando la plata para comprar películas, cachas”* y el sujeto N°4 agrega, *“Yo otaku de la forma japonesa no, porque no sé si tu cachas la forma japonesa, no, un otaku japonés no para nada, un otaku japonés se pierde y está su vida y junta y junta y es lo mejor y pelea hasta matar por eso ¿Cáchas?”*; y el sujeto N°7 opina ante la pregunta que *“O sea de todas maneras... porque a mí me gusta mucho, me gusta mucho, me entretengo mucho y... no he llegado al grado de fanatismo máximo, pero yo no creo que el otaku sea el fanático”*. Y el sujeto N° 11 dice que *“Sólo la palabra otaku es muy complicado, porque otaku en Japón es como fanático demasiado obsesivo, que no tienes vida, que solamente vives para, y por lo tanto, mucha gente no usa el término, para mí ser otaku es simplemente ser fanático de la animación japonesa y por eso yo simplemente digo que soy otaku, porque soy fanática”*. Por otro lado, los otakus más jóvenes -Sujetos N° 9, N° 10 y N° 12- aceptan el término sin hacer distinciones importantes, de esta manera, el sujeto 9 afirma que *“Otaku es fanático de la animación japonesa”*, mientras que N° 10 asegura que *“Dicen que los otakus son como reprimidos, como autistas... que creo que igual es así, porque igual uno como que se queda en la casita viendo su tele, leyendo sus mangas y está dibujando cualquier cosa, entonces como que no comparte mucho”*, y el sujeto N°

12 afirma simplemente que *“No me molesta tampoco reconocer que me gusta el animé, ni tampoco que me gustaría ser considerada otaku”*.

Al mismo tiempo, quienes no se reconocen como otakus corresponden todos a aquellos de más de 20 años, argumentando que *“Otaku es una palabra para los fanáticos extremos, en España lo pusieron así para los fanáticos del animé y encuentro que igual no deberían usarlo”*(sujeto N° 6), *“un otaku tal cual como conocemos el término, como habría que definirlo, vive en función de cualquier producto japonés, o sea ‘es japonés es bueno’, es una serie sacada recién aunque sea una basura en todo su nombre ‘es japonés’...es un desquiciado en todas sus letras, que atravesaron los márgenes de lo que es saludable o no es saludable”*(Sujeto N°5) y agrega que *“existen personas con denominaciones comunes y existen personas que pueden ser clasificadas bajo el arquetipo común de fanático, pero creo que la subcultura otaku, así tanto color de rosa y todos cantando canciones en los eventos, eso es un invento publicitario y marqueteo para la gente”, “yo considero, de todos los que conozco, conozco dos, que podrían ser la ¿?, la ¿? y ¿?, yo podría considerarlos otaku, los demás como que les gusta el animé”* (Sujeto N°3) y *“yo no tengo gula consumista, me gusta el animé que veo en español, no tengo esa hambre por conocer... ese afán por conocer de cultura japonesa, opino que soy un aficionado, me gusta pero no es para volverme loco”* (sujeto N° 8).

Por lo general, la principal característica que identifica a los sujetos que aceptan la denominación de otakus es el disponer de un grupo sólido de amistades otakus, puesto que los ocho sujetos disponen de un grupo con el cual desarrollan actividades regularmente, mientras que entre aquellos que no se aceptan como otakus sólo los sujetos N° 3 y 6 cuentan con un grupo sólido detrás de ellos. En consecuencia, el grupo de amistades aparece como algo importante en la aceptación de la denominación, aunque no determinante. Sobre este punto el sujeto N° 11 afirma que *“Son muy pocos los otakus que son solos”* y el sujeto N° 2 cuenta: *“Yo conozco a casi todos los grupos, todos hacen cosas distintas, lo que si yo creo que ahora no los vas a notar nunca, y es que se notó cuando comenzó el ciclo, es que los otakus son personas individuales, como solas, ahora hay puros*

grupos, grupos, grupos, nunca va a volver a haber personas solas, porque si llegan a integrarse a un grupo, o si llegan es porque alguien los trajo, por lo que ya está integrado al grupo, pero cuando empezó el ciclo por el año 98' los dos primeros ciclos, yo me acuerdo, las filas eran pero totalmente distintas a como es ahora, ¿Cáchas?, era una fila así callada'.

Al consultáres por cómo son los otakus chilenos, las opiniones se pueden dividir claramente entre los otakus de más de 20 años y los de 20 años o menos. De esta manera, los primeros tienen una opinión bastante desfavorable de estos, en especial de las personas más jóvenes, así el sujeto N° 1 afirma que *"la gente con la que me relaciono son casi todos aficionados a la animación y son pocas las veces que te puedes poner a conversar sobre animación con ellos porque igual son como re, como re mula, son muy pocos con los que saben como para conversar, los demás puro hueveo"* agregando más tarde que son *"freak, muy freak, la dura, poco en el mate, demasiado poco, son muy extraños viven en su mundo de fantasía y se llaman por sus nicks y la hueva, o sea no tienen nombres de verdad, se llaman por sus apodos de IRC, son muy extraños"* y añade *"¿Qué hacen? Nada, viven del animé y toman personalidades, o sea haciendo referencia a un personaje, toman su personalidad, toman como él, toman sus decisiones, ¿Cáchas? es una hueva enferma... está bien que te guste la animación pero ¿Por qué tratan de ser algo que no eres? No tienen personalidad propia, recurren a ello porque yo cacho que el noventa por ciento de los otakus tienen problemas de autoestima"*. Sobre el mismo punto el Sujeto N° 2 afirma que *"normalmente son más inteligentes que una persona estándar también, pero con algún problema comunicacional. También hay mucho otaku distinto, es cosa de ir al cine, tu cachas los grupos como son, grupos de gente con poleras negras de Iron Maiden ¿Cáchas?, se sientan a chupar una cerveza, hasta gente, no sé un grupo de cabros chicos que se la gritan toda y se ponen a bailar en frente de... no y todos son así, están fuera de la recta ¿Cáchas? Y tener alguna, no sé, alguna tranca rara ¿Cáchas? No hay mucha cordura"*. El sujeto N° 4 afirma que *"son muy llevados por el viento ¿Cáchas? Un día dicen 'ahora está de moda Card Captor Sakura' y todos 'Card Captor Sakura', después que termina dan otra y después*

todos odian a Card Captor Sakura, lo que pasó con los 'Caballeros del Zodíaco', ahora le preguntas a alguien y 'no cómo se te ocurre' y lloraban por los 'Caballeros del Zodíaco' ¿Cáchas? Esas cosas igual como de repente son muy así". Por otro lado, el sujeto N° 7 afirma que *"toda esa gente, que encuentro que es muy... no le encuentro valor, encuentro que es como muy, muy posera, por decirte algo por ejemplo, o la niña esta que llegaba 'aaaahhh soy Sailor Moon' que se teñía el pelo rubio".* Recordemos que los sujetos N° 3, 5 y 6 no reconocen la existencia de otakus en Chile.

Por otro lado, tenemos las opiniones de las personas más jóvenes que afirman que *"Los otakus son gente alegre... somos entre nosotros muy expresivos, pero cuando estamos con otras personas que no son como nosotros somos más introvertidos, al menos yo soy así"* (sujeto N° 9), mientras que el sujeto 10 afirma que *"Un otaku no tiene reglas o no tiene una forma característica de vestirse, no tiene un estilo de música definido, no tiene reglas, un otaku es bien libre en ese aspecto, lo único como que los une es todo eso de la animación y pasarlo bien, eso creo que se destaca del resto, somos mas alegres que el resto",* y el sujeto N° 12 afirma que *"son personas normales, más alegres quizás y sí un poco infantiles, en general como que no representan su edad, se suben al piano (¿?) de la edad se echan un poquito más pa' abajo, pero tampoco creo que sea tan malo, uno disfruta más la vida así".*

Existe en estas diferencias de opinión una clara diferencia de generación, entre una que ha alcanzado un cierto desarrollo de una experiencia de vida en el mundo del animé y otra que recién comienza a adentrarse en éste. No obstante, la última goza de características diferentes, así por ejemplo los mayores no tenían amigos otakus en el colegio, sino que fue algo que solo apareció después de salir de él, en la universidad normalmente, de este modo el sujeto N° 2 afirma que: *"Yo era nada que ver con animé, yo nada, nada, nada, yo no veía nada, mira yo era demasiado bueno para ver tele, hasta que ya un día me pateo y yo ya no veía nada y un día que yo iba al casino de la universidad, así, y había un letrerito que era del ciclo de ¿? en Valparaíso, ¿Cáchas? Y ahí como que recién... mi hermano estudiaba arquitectura, un amigo de él me contó una película que era Akira que*

alguien así en espacio la tenía y lo único que quería era conseguírmela, no sé por qué, y de repente voy caminando y veo el cartel, y onda eran seis semanas y ya habían pasado dos y en la cuarta semana iban a dar una película que decía Macross II, que le ponían Macross II y era Macross Plus, 'Macross II ¿tendrá algo que ver con Robotech?' quede cachudo, y yo Robotech la amaba cuando chico... dieron Black Magic, Proyecto AKO, la uno, después Black Magic, la no sé cuánto, después el primero de Armitage, y después la película en español de Nausica. Puta yo vi, Proyecto AKO me encantó, no sé porque si es bien maoma... Black Magic no me gustó, así filo ¿Cáchas? Armitage me encantó, 'o que buena' era como la de animación moderna, como lo único moderno del día ¿Cáchas? Pero cuando vi la película Nausica quede para adentro, no pude faltar la próxima semana, a la próxima semana daban la cuestión de Macross incluso eran los sábados y los domingos, pero yo me venía para acá, yo me venía los viernes y me iba los domingos en la mañana para alcanzar a ver los ciclos, no me acuerdo de lo que había el segundo día, de lo que me acuerdo es de que era ahí no más, pero no me importó porque era la de Macross, y dieron...dieron el segundo de Apledged, me encantó, eso salvo el día, después dieron la tercera forma de no me acuerdo qué es lo que es...en el quinto día teóricamente, y en el sexto dieron... (¿?) y ahí no, después de ver esa película 'esta hueva es la cagá' 'no faltó más' y empecé así".

Esta experiencia sería común entre muchos otakus de las primeras generaciones, sin embargo, en la actualidad con la proliferación del animé, en el cable y en Internet principalmente, es cada vez más común que los jóvenes se introduzcan en el animé a una edad más temprana, desde los 15 años aproximadamente, lo cual queda afirmado en el testimonio del Sujeto N° 7 de 23 años, quien asegura: "Yo empecé a notar que iba mucho niño, y que son los niños los que, niños yo digo de quince para abajo, o sea por ahí de trece a dieciséis años que es como un área, como un rango de edad en que si la animación que están dando en el cine no es muy violenta, muchas cosas así, no les atrae o molestan mucho en las series más profundas en que hay que estar así como

concentrado". En cambio, vemos entre los sujetos estudiados que el N° 9, de 17 años, afirma que *"de los seis años hasta más o menos los quince, uno crea su identidad, va pasando por las distintas tribus urbanas hasta buscar dónde se siente más cómodo, yo hice eso hasta que llegué al otaku y ya me sentí en mi mundo"*, y a su vez el sujeto N° 10, también de 17 años, cuenta: *"yo empecé con la cosa del animé y de los otakus hace como tres años, con un grupo de amigos, éramos tres al principio, mis súper amigos, mis yuntas, y se nos ocurrió crear una cosa como grande, porque éramos como los ñoños del liceo, los cabritos chicos, los que ven monitos, entonces dijimos 'igual hay gente dentro del liceo que les gusta', entonces empezamos como a comentar, empezamos con la animación e igual creamos dentro del liceo como una comunidad de otakus"*. Pese a su juventud el sujeto N° 11, de 20 años y que empezó en esto del animé hacia unos siete años, recuerda esto y afirma que *"cuando uno partió en esto uno partió solito, comprando revistas carísimas de tres lucas para arriba, consiguiéndote cosas... ahora que, que te metes a internet, pones en el Google tal serie, pones 'imágenes', 'buscar' y te salen como veinte, una de veinte de como ochocientos setenta y cinco mil imágenes, entonces una también un poco dice 'estas minas' porque en un principio a nosotros puta que nos costó y ahora está tan fácil todo"*.

Al ver cuáles eran las actividades que desarrollaban los otakus encontramos que el factor común es la presencia del grupo, en esta dirección el sujeto N° 3 afirma que *"nos juntamos en fiestas bastante raras...igual somos bastante amigos, nos cuidamos si nos pasa algo, nos preocupamos mutuamente"*, sin embargo y aunque todos afirman la existencia de amigos otakus, son los jóvenes de 20 años o menos los que muestran mayor actividad de grupo, encontrándose *"en los eventos, en los ciclos, en el euro, hacemos como juntas y vamos a la Quinta Normal, al cerro San Cristóbal"* (Sujeto N° 9), mientras que el sujeto N° 10 afirma: *"para nosotros es igual como bien importante, nosotros giramos como en torno a eso, todo el día...Nuestro recreo hablamos constantemente de eso, como una forma de vida entre comillas, porque igual estamos las veinticuatro horas del día hablando, comentando, viendo animé. Bueno aparte del animé nos gusta los cuadros, los juegos, ir a ciclos, ir a eventos,*

escuchar J. Music, que es música japonesa de todo tipo: rock, visual, que es como el gótico pero japonés, y esas cosas". Finalmente, el sujeto N° 7 afirma que cuando se junta con sus amigos "nos ponemos a conversar de animé, cómo estuvo la función anterior, de que quedo buena esta cuestión, o de noticias, porque hay una compañera que siempre trae noticias nuevas, porque ella tiene más acceso a internet y eso".

Otro punto de interés sobre los otakus es el rol que juega el conocimiento entre estos, aspecto que también se relaciona con su consumo. Como se veía en Barral, el saber y su alta valoración son centrales para entender a los otakus japoneses, sin embargo, su rol aparece disminuido en el caso de Chile (recordemos que el propio Barral afirma que Japón es una sociedad de la comunicación), pero esto no significa que no tenga ningún rol entre los otakus chilenos. De esta manera, la competitividad propia de los otakus se manifiesta en su nivel de conocimiento (y en sus pertenencias como se verá después). Así, el sujeto N° 1 afirma "*no falta el huevón que llega pegándose la quebrada, empieza a hablar en dialecto otaku, empieza a preguntar por huevones y la huevá, y como para contestarle no más tienes que saber"*. Sobre si es importante el saber en su grupo de amigos el Sujeto N° 3 dice "*saber a grandes modos sí, de ahí, si te empieza a gustar el animé sí, pero tampoco que 'ah que bruto que lo sepamos todo' no, lo que te gusta, no como otaku* (recordemos que ella opina que no hay verdaderos otakus en Chile), *pero saber sus ciertas cosas de la serie que te gusta"*; y el sujeto N° 4 dice: "*yo tengo que saber harto por lo que hago, pero igual hay gente que le pega mucho más que yo, pero yo igual sé harto, directores...Sé"* y agrega "*que cuando ves animación ves gran parte de la cultura japonesa, porque para entenderlo en un cien por ciento hay que cachar las leyendas japonesas, es como cachar entre nosotros el asunto de Bernardo O'Higgins... es como cachas su propia historia ¿Cáchas? Eso es súper importante"*; y el sujeto N° 11 agrega "*el otro cuento que podría ser tal vez del otalku, pero tal vez no de todos los otakus, es el asunto de conocer la cultura japonesa... Hay fanáticos otakus que toman clases de japonés, cuando el japonés es muy complicado y toman clases de japonés, y también habemos, y en eso me incluyo, que jugamos juegos de*

estrategia japonés, porque por ahí yo juego 'go' (tipo de ajedrez japonés)". En tanto, el sujeto N° 7 afirma que "se valora mucho que se sepa de todo, de todo y si eres fanático de una cosa, que sepas mucho de esa cosa", y el N° 10 agrega "uno necesita saber, investigar algo, uno quiere saber cada día más, ver nuevas series"; Por último, el sujeto N° 12 dice que "hay gente que quiere saber todo de todas las series así, y sabe cada detalle y junta todos los capítulos, los graba, se compra todos los mangas". Por consiguiente, aunque los otakus valoran el saber también son cautos para evitar ser catalogados como otakus extremos (en el sentido japonés del término), es decir, no valoran a un sujeto cuando éste sabe mucho de animé, pero aparece como desconectado de la realidad "hay mucho pelacable, está bien que te guste la serie pero no tienes que confundir la realidad con la ficción" (sujeto N° 4).

El Consumo

El otaku es entendido ante todo como un sujeto consumista, y como tal, se puede decir que se encuentra en un lugar central del desarrollo social (ya sea en Japón o en cualquier otra parte del mundo), esto debido a que el consumo ha sido concebido como el mecanismo mediante el cual se desarrolla la integración social dentro del orden democrático, es el lugar donde se construyen las diferencias, las igualdades (identidades), donde se tasan y transan los símbolos, donde se constituye la forma productiva actual, ya no racional como se pensaba sino más bien irracional (la hiperindustrialización de Boudrillard). Como se puede ver no es sólo un efecto del mercado o del sistema democrático, sino que además es un condicionante de estos. Sin embargo, existiría una razón por la cual los otakus no se integran al resto de la sociedad mediante su consumo, y ésta es que su consumo sólo establecería distinción en el interior del propio grupo, es decir, entre quienes manejen los códigos sociales que les son pertinentes, todos los demás se mostrarán incapaces de entender los signos, que normalmente solo interpretarán como extraños o ajenos.

El consumo ha adquirido, en la actualidad, una particular relevancia para la

comprensión de los fenómenos sociales de la sociedad posmoderna, y también lo será para entender las particularidades que representa el caso de los 'otakus'. Desde los trabajos de Bourdieu en los años 60' el tema del consumo permitió traspasar el conflicto social del área material al simbolismo, más tarde se vería como generador de integración social (Canclini y Barbero). El consumo ha sido definido como "un sistema de información y de intercambio social que involucra las tres clases de vinculaciones que establecen los consumidores mediante la apropiación y el uso de bienes y servicios"³².

Como se puede apreciar, el consumo es una forma de extender y legitimar las relaciones de dominación, es por esto que la información es de vital importancia para entender el fenómeno del consumo, pues éste no es la simple apropiación de bienes o productos, es también una forma de hacerlo, es un estilo de construcción de la identidad y de las relaciones entre los diferentes grupos, el consumo es el medio que utiliza la moderna sociedad democrática para constituir las diferencias, por lo tanto, será en ella donde se producirán las asociaciones que generaran las identidades. La capacidad adquisitiva debe ser acompañada del saber para así construir su identidad³³.

Néstor García Canclini³⁴ expone seis definiciones de consumo que representan diferentes visiones desde diferentes posturas teóricas, cada una de las cuales fijó su atención en diferentes características del fenómeno, ellas serían:

El consumo como lugar de reproducción de la fuerza de trabajo: concepción marxista que ve al consumo sólo por su función en el tránsito de bienes regulados por el mercado, además de ser un instrumento de generación de nuevas necesidades (artificiales) que permitan aumentar la producción.

El consumo como lugar donde las clases compiten por la apropiación del producto social: se define el consumo como la prolongación de la dominación política, traducida ahora en poder económico.

³² Águila, 2002. Pág. 45.

³³ Ídem. Pág. 46.

³⁴ Ídem. Pág. 49.

Consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos: visión más propia de Bourdieu, donde el consumo es ante todo un lugar de tránsito de símbolos de estatus, pese a que se ha tendido a cambiar el acento del bien al uso que se hace de estos.

Consumo como lugar de integración: se concibe al consumo como lugar de tránsito simbólico no solo para generar diferenciación, sino también para generar integración, como el caso de los símbolos patrios a los que se reconoce como generadores de identidad.

Consumo como el lugar donde se objetivan los deseos: visión más psicologista del consumo, en la cual se confunde con el mercado.

Consumo como proceso ritual: desde esta perspectiva se reconoce que los objetos son cargados de significado dentro del consumo, el consumo se transforma en una actividad trascendente, puesto que permite dotar de sentido a la acción de los sujetos³⁵.

En resumen, el consumo es en sí mismo el mecanismo mediante el cual se desarrolla la dinámica social dentro del orden democrático, es el lugar donde se construyen las diferencias, las igualdades (identidades), donde se tasan y transan los símbolos, donde se constituye la forma productiva actual, como se puede ver no sería sólo un efecto del mercado o del sistema democrático, sino que además sería un condicionante de estos. Sin embargo, existen relaciones asociadas al consumo que no han sido entendidas en el esquema anterior, esto es el uso que se da a los objetos del consumo, tal como lo plantean Mary Douglas y Baron Isherwood al afirmar que el consumo comienza donde termina el mercado³⁶. De modo tal que es el uso de las mercancías lo que genera diferencias en el interior de la sociedad, cuestión que nos remite a la importancia del saber en la sociedad actual. Es el saber y no la capacidad de adquisición el que construye la distinción en una sociedad de consumo (pese a que este saber también puede ser entendido

³⁵ Idea que también se encuentra en Mary Douglas y Baron Isherwood al afirmar que "(...) el consumo es un proceso ritual cuya función primaria consiste en darle sentido al rudimentario flujo de los acontecimientos". En Douglas e Isherwood. 1990. Pág. 80.

³⁶ Ídem. Pág. 71.

como mercancía, aunque los autores se nieguen a aceptar esta idea argumentando que debe ser entendida como una inversión en capital humano³⁷, pero ¿Acaso esta inversión no es una forma de consumo?), lo que permitiría diferenciar al 'nuevo rico' del verdadero sujeto de clase alta, por citar un ejemplo, o al pobre con estilo, por citar a otro estereotipo.

Tal como veíamos, entre los otakus los objetos de consumo tendrán una capital importancia, pues en torno a ellos los individuos se reconocen como otakus, entre los objetos de consumo más recurrentes se encontrarían: la japoanimación; los videojuegos; la música; y el merchandising. Sin embargo, hay que aclarar un punto en cuanto al consumo y es que, tal como lo plantean Mary Douglas y Baron Isherwood, lo fundamental en el consumo es el uso que se da a los objetos, lo que lleva a estos a afirmar que el consumo comienza donde termina el mercado³⁸. De modo tal que el uso de las mercancías es lo que genera diferencias en el interior de la sociedad, como vimos anteriormente, cuestión que nos remite tanto a la importancia del saber en la sociedad actual, como al funcionamiento de éste, lo que será fundamental para entender a los otakus, tal como afirma Barral, ya que ocupa un lugar importante no sólo en el consumo sino también en las relaciones sociales que se establecen entre otakus. Dicho saber no solo provendría del consumo mismo (consumo de revistas, portadoras de conocimiento), sino también del uso de Internet, que permitiría adquirir conocimientos a un bajo costo, ya sea mediante la investigación en buscadores y páginas web, o bien de la interacción entre otakus en foros y chat. Al respecto la mayoría de los sujetos se mostraron de acuerdo en considerar a los otakus como sujetos consumistas y competitivos, de esta manera el sujeto N° 8 afirma que el animé le sirvió *“para gastar plata”*; el sujeto N° 11 afirma: *“me compro todos lo productos, lo que es a mí, por ejemplo, a mí me gusta también la música japonesa...me encantan y tu me dirás no entendí's nada, o sea es japonés, pero uno no sabe japonés, pero, pero por lo menos la música a mi me gusta”*. Pese a lo cual afirma que *“a veces hay personas que pueden ser otakus sin tener un peso*

³⁷ Ídem. Pág. 166.

³⁸ Ídem. Pág. 71.

en el bolsillo, tú puedes porque tú te metes en Internet, tú puedes dejas el computador prendido toda la noche y tienes tal serie'; y el N° 12 afirma que "se gastaba harta plata en eso, en cosas caras, en libros de arte, en las series originales en VHS en esa época, en los mangas, se gastaba harta plata en eso". Además, Internet, las amistades y la experiencia son importantísimas en el consumo de muchos otakus, el sujeto N° 12 afirma que "no voy a llegar, a lo mejor, y voy a comprar un DVD de quince mil pesos si no lo he visto antes porque quizás sea malo, entonces puedo bajar una serie, verla y decir 'oh, me gusto tanto, tanto que me la voy a comprar original", y el sujeto N°1 afirma que "si para que voy a andar comprándolos de a uno, tampoco tengo tanta plata, los bajo de Internet o me los consigo y los copio, soy un otaku totalmente ahorrativo, como dice el dicho 'otaku pobre, pobre otacú'". Al respecto el sujeto N° 8 afirma que existe el "aficionadomon', que son los típicos cabros de entre trece y dieciséis años que descubren el manga y salen a comprar, esos son los que hacen millonarios a los que tienen tiendas, después tienen un círculo de conocidos que tiene como de antes, entonces uno empieza a traficar, después uno ya empieza a prestar no más a copiar"; y el sujeto N° 10, "Compro CD's, o me consigo con gente que pueda bajar porque no tengo Internet, entonces, me bajan mis amigos, me prestan y bueno así me consigo la música o la animación... no compro originales porque son muy caros y no me alcanza el presupuesto, por mi los tendría todos originales pero no se puede"; y el sujeto N° 11 añade "Se da también el pirateo por necesidad, te lo digo porque mira, hay una tienda acá en Chile, bueno en Santiago, Chile, bueno, bueno también en otras partes, en regiones están las mismas tiendas, se llama Mega Crazy All Comics, que te trae los mangas de España, pero son carísimos, un tomo te sale ocho lucas, nueve lucas, y ya bien seamos todo lo fanáticos, pero no tienes ocho lucas, nueve lucas mensuales a menos que trabajes"; por su parte, el sujeto N° 5 afirma que se consigue el animé "Con amigos, comprarlas a los distribuidores aquí en Chile olvídате, otro botadero de plata más, las copias son malas, son caras, todo mal hecho, la industria es amateur, está muy mal hecha, entonces busco un amigo que tiene una buena copia, te la copia a ti y tú le pasas una cosa a cambio y así te mantienes". El

intercambio es una estrategia que puede facilitar la formación de grupos de amistad tal como lo afirma el Sujeto N° 12, pues *“Se empieza a hacer la amistad porque es como ‘hoy, ¿me prestas esos mangas y esa serie?’ ‘ya, si toma’ y después como que uno se vuelve a poner en contacto para devolverlos, los devuelve y ahí se siguen a lo mejor intercambiando cosas con las personas y ahí como que se empiezan a hacer lazos de amistad”*.

La otra cara del consumo es la competencia, de modo que el sujeto N° 2 afirma que *“Hay algo que no me gusta mucho del otaku y es eso del jactarte de lo que tengo y de lo que vi, has cachado eso de ‘que yo tengo esto’; ‘ah no que yo tengo esto otro’; ‘ah que yo lo tengo así, grabado de Japón y la cuestión’; ‘ah no yo lo tengo todo subtulado y lo paso el ‘Pera’ y me lo grabo especialmente a mi’ , y así hay como una competencia ¿Has cachado? ‘Yo tengo mas’; y el sujeto N° 8 agrega “La gente llegaba como medio disfrazada o algunos tenían actitudes como muy cuáticas, o sea, de repente veías un tipo que paseaba su dibujo o juguete que se acababa de comprar y como que lo modelaba así como ‘llame ya, llame ya’, o mírenme tengo esto, de repente esa gula, ese afán consumista que había en el aire llegaba a ser como hasta medio repulsivo”*. Al consultárle qué es lo que más valoran los otakus afirma categóricamente: *“Colecciones grandes”*. Por otro lado, muchas veces los mismos sujetos se muestran reacios a prestar sus pertenencias más valiosas, así el sujeto N° 5 afirma que *“No se presta todo, lo que más te cuesta conseguir no se presta, no y yo soy muy quisquilloso por el asunto de las cintas”*; y el sujeto N° 3, *“Lo que vale caro no, todo lo que valga caro no, un manga nica’ lo paso, el manga de Zetsu Ai no. Me había comprado un artbook, me lo andaban pidiendo y le dije que no, que me había salido bastante caro como para andarlo prestando”* y explica esto así: *“onda tienes que sufrírtelo el dinero para poder comprar cosas”*. Mientras, el sujeto N° 7 dice: *“soy medio jodida, no le presto a cualquier persona, ni tampoco pido mucho...La poca gente que he intercambiado ha sido gente de mucha confianza”*.

Como se puede apreciar de los testimonios anteriores, estas conductas son más propias de los sujetos mayores de 20 años, entre los que el valor de la colección goza de tanta importancia como el grupo de amigos, cuestión que no

ocurre en el grupo de 20 años o menos, para quienes la primera prioridad es el grupo de amigos.

Se puede concluir que el consumo, como eje de la construcción identitaria de los otakus, se comporta de manera diferente entre los distintos grupos. En una primera instancia se da un consumo de mercado, que se caracterizaría por el alto gasto, sin embargo, al desenvolverse el sujeto en el mundo del animé desarrolla estrategias alternativas que le permiten satisfacer su necesidad de manera ahorrativa, las estrategias serían: los préstamos de amigos; el pirateo de las películas; el uso de Internet para descargar los animés o música. Es más, el alto dominio tecnológico, y en especial el de la computación, es una de las características más comunes entre los sujetos estudiados, puesto que salvo 2 casos (Nº 7 y Nº 10) siempre el otaku fue el que mejor manejaba la tecnología en su hogar.

Finalmente, existe una etapa, o más bien un grupo etario, donde algunos bienes escapan de la lógica ahorrativa y entran en la lógica de lo sublime³⁹, esto es, de valor suntuario, que no se transa en el mercado mismo. Aunque esta misma etapa se puede encontrar también en los sujetos más jóvenes, puesto que los sujetos Nº 11 y 12 afirman comprar productos originales que ya han visto, cuestión que puede ser considerada también como un consumo sublime, en tanto sólo responde a la necesidad de posesión física del objeto, no del valor de uso de éste.

Como se observa, a partir de la segunda etapa se puede asociar el consumo de los otakus dentro de lo que Barral denomina 'Perversión de las Reglas de Mercado', es decir, el momento en el cual los consumidores se apropian de los objetos y redefinen las formas de intercambio entre ellos, entendiendo por esto la piratería, la subtitulación de películas, o la subida a la Web de material *ripeado* (traspaso a formato digital) o escaneado, generando de esa forma un intercambio paralelo al mercado. Ahora bien, es preciso aclarar que este mercado paralelo es -en gran medida- posible gracias a la existencia de mercados otakus en Japón, Estados Unidos u otros países (Korea o Taiwán en el caso de oriente y de Francia, Inglaterra y España en Europa). En el caso de las series de

³⁹ En los términos de Dick Hebdige, en Curran, Morley y Walkerdine, 1998.

animé, tenemos que en primer lugar, y desde los países asiáticos, estas se piratean, subiendo material en japonés a Internet, el que luego es traducido en Estados Unidos, o Europa, al inglés o francés, y termina siendo subido nuevamente a Internet, para finalmente ser traducido al Castellano, en España principalmente, y vuelto a subir a Internet para ser descargado por los otakus de habla hispana.

De lo anterior se desprende que éste es un mercado paralelo de escala mundial que exige un dominio de la tecnología, por lo tanto, como ya lo hemos señalado, la mayoría de los otakus despliegan habilidades en dicha área para la satisfacción de sus necesidades, Es así que, por ejemplo, el Sujeto N° 1 afirma que *“Un tío que era ingeniero de la IBM, el huevón de cuando yo era chico igual tenía computador, y yo me metía para allá y me metía, y como yo soy el primero que nació de todos los sobrinos y toda la huevá, era como el que igual.. que a mí me empezaron a enseñar todas las cuestiones, entonces ahí aprendí computación solo, de a poco, después él me armó un computador súper básico, y más adelante fui aprendiendo yo mismo hasta que me armé este computador que tengo yo solo”*; mientras que el sujeto N°2 cuenta: *“vieras mi pieza, mi pieza casi llena con un escritorio donde están los dos computadores, tengo dos videos, láser, DVD, una tele de 29’, un equipo, apenas me cabe toda la tontera llena de láser, películas, VHS por el suelo ¿Cáchas? Y ahora me ha dado por dormir en el suelo, saqué mi cama, puse un plumón en el suelo...Yo cacho que a cualquiera que le diga diría ‘ahhh éste está muy rallado con la huevá de los japoneses y la cuestión”*.

En síntesis, es el alto dominio tecnológico lo que permite el desarrollo de estas estrategias alternativas, dominio que si bien no es común en todos los otakus (hay dos de ellos que no manifiestan un gran dominio de la informática), sí es una habilidad general de los otakus entrevistados.

Videoanimación Japonesa

El desarrollo de la videoanimación japonesa se produce a partir de los años

70' con el progresivo desarrollo de series de dibujos animados para público infantil en el Japón, y que aparecen en Chile a fines de la misma década. Estas series sostienen una estrecha relación con los mangas japoneses (nombre que se le da a las series de cómics creadas en Japón), por lo cual heredan de ellos los principios estéticos que lo particularizan.

Las principales características que hereda el animé del manga son tres: la temporalidad en el relato; el predominio de la imagen sobre el texto, y el lenguaje icónico. Estas tres características se pueden entender por separado, aún cuando sea necesario verlas como un todo para apreciar la especificidad del lenguaje del animé y el manga.

La temporalidad del relato del manga y del animé tiene mucha relación con la estética tradicional japonesa del teatro kabuki, que busca crear una atmósfera narrativa con el fin de imbuir al espectador en una especie de complicidad, cuestión que funciona principalmente mediante el ritmo narrativo pausado⁴⁰, esto se verá reflejado en la narrativa del manga y el animé, cuyas acciones son narradas durante mucho tiempo de 'lectura', mientras que el tiempo de la narración misma es muy breve⁴¹, esta ambivalencia es producto de que las acciones en el manga pueden ser desarrolladas durante varias viñetas, de manera tal que se pueden graficar numerosos aspectos de una misma acción⁴², lo cual se traduce, en el caso del animé, en escenas de enorme duración pero en las que transcurre muy poco tiempo de lo narrado, como ejemplo podemos mencionar

⁴⁰ Berndt, 1996. Pág. 83.

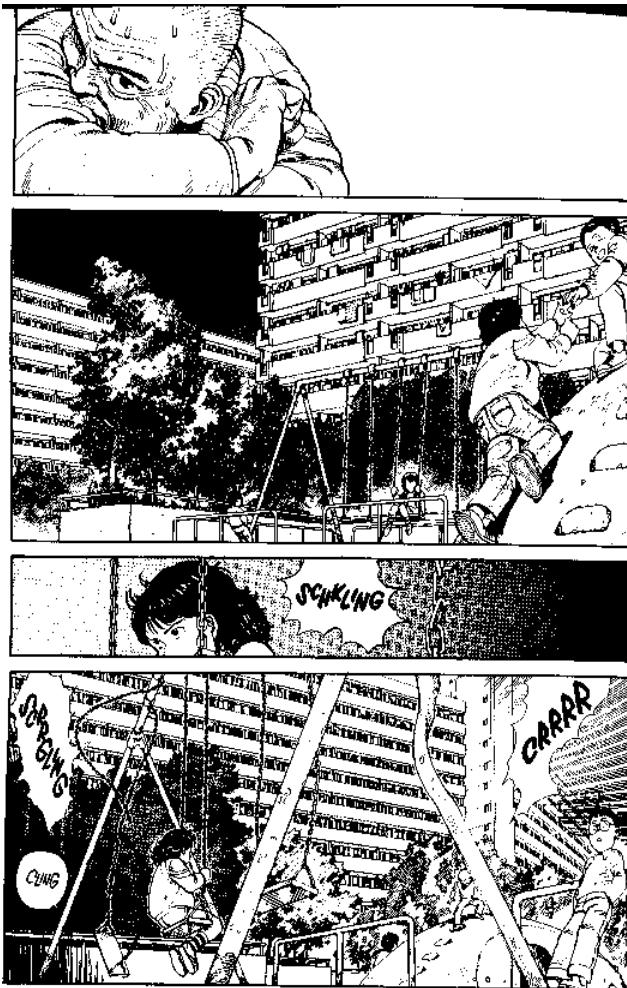
⁴¹ Barbieri, 1991. Pág. 230.

⁴² "(hablando de Osamu Tezuka, creador del manga moderno) (...) en este autor cada acción suele ocupar mas de dos viñetas; a igualdad del fondo, aparece la secuencia de acción como una serie de imágenes, aprovechando además el principio del montaje para que la mirada del lector se vea obligada a fundirse con las figuras". Berndt 1996. Pág. 48.

aquellas escenas donde los sujetos se mantienen 10 o 20 segundos en el aire tras un salto, cuestión que no debería tomar más de un segundo. Esta especie de cámara lenta - que por cierto no se percibe de esa manera, en tanto la secuencia tiene un ritmo de lectura mayor - permite dotar de mayor dinamismo la lectura, tal como se puede ver en la imagen adjunta, en la cual todas las viñetas recrean los diferentes aspectos de una misma acción: un cruce de espadas donde una de éstas se rompe ante la sorpresa de los espectadores, todo ello en un solo instante. Lo anterior facilita el flujo de una escena a otra, a la vez



que permite el desarrollo de la segunda característica del manga y el animé, esta es el predominio de la imagen sobre el texto. Hay que agregar que hay una característica que no puede traspasarse del papel a la imagen en movimiento y es precisamente la de la acción simultánea, puesto que la animación exige un orden espacio temporal.



Cuando hablamos del predominio de la imagen sobre el texto debemos pensar que la imagen en el manga y el animé tiende a expresar muy poco, por lo que la lectura de una imagen es más rápida que en el caso del cómic o dibujo animado occidental, pese a lo cual la mayor parte del contenido se expresa, a diferencia del cómic occidental, de manera visual. La explicación a esto tiene que ver en parte con la temporalidad del manga y el animé, además del lenguaje icónico del mismo. No obstante, la esencia del manga se encuentra en la narración visual, que trata de prescindir en la mayor medida

posible de textos que expliquen lo que está ocurriendo, de los globos de pensamiento y también de las didascalias (texto explicativo que sobreentiende la existencia de un narrador)⁴³. Lo fundamental del manga y del animé es que la acción se entienda sólo en forma visual⁴⁴, tal como se puede observar en la imagen adyacente, un combate psíquico entre el anciano y la niña mientras ocurre mientras los demás niños juegan sin percatarse del peligro, todo narrado sin más palabras que las onomatopeyas que describen el ruido.

⁴³ Barbieri 1991. Pág. 204.

⁴⁴ "(...) Narran sin palabras. El texto va disociado de la imagen de manera que ésta y aquel se complementan (...)" Berndt, 1996. Pág. 48.

El lenguaje icónico termina por complementar el carácter visual del manga y del cómic, que permite, según J. Berndt (siguiendo a Yoshitake Ôshiro), que la comunicación no se desarrolle en términos verbales sino que "(...) Por vía de múltiples alusiones y lenguaje



gestual, casi como una especie de *transmisión del pensamiento*⁴⁵. Todo lo cual implicaría el manejo de un código, por lo demás fácilmente asimilable mediante el lenguaje visual del manga. Por lo tanto, se constituye un tercer lenguaje complementario al visual y al textual, que permite complejizar en cuanto a contenido, sin por ello dificultar la comprensión del mismo. Ejemplos recurrentes de este lenguaje son la gota que cae de la cabeza de los personajes, normalmente cuando escuchan alguna estupidez (tal como se puede ver en la imagen superior), o la vena exaltada cuando un personaje está furioso⁴⁶.

Dentro del lenguaje iconográfico se podrían, eventualmente, entender también las deformaciones estéticas del cuerpo en el manga y el animé ("El cuerpo como signo" según Berndt), y que tienen como primera función simbolizar ciertos rasgos para una mayor comprensión por parte del espectador. Es por eso que en esta dirección, los ojos grandes aparecen como un signo de los sentimientos, por lo que serán normalmente los personajes principales los que posean grandes ojos (en especial los personajes femeninos o los niños, quienes son representados con mayor emotividad en la sociedad japonesa). También las formas exageradas se utilizarán para representar la belleza de una mujer

⁴⁵ Ídem. Pág. 86. las cursivas reemplazan a las comillas en el texto citado.

(desproporcionados pechos, largas piernas y enorme cabello) o el poder de un combatiente (principalmente una enorme masa de músculos o un enorme tamaño, muchas veces acompañado de toscos rostros). Así, se facilita la comprensión de las características del personaje mediante la apariencia física, que en sí misma pasa a ser un código narrativo.

Todo lo anteriormente descrito tiene por consecuencia una fácil comprensión, gracias a la preferencia del lenguaje audiovisual, de la narratividad del manga o animé, lo cual permite que, por un lado, sea de fácil comprensión para los niños que tienen un mejor entendimiento del lenguaje visual que del textual⁴⁷, y por otro lado, una adecuación transcultural, ya que los contenidos culturales particulares son mediatizados por este lenguaje visual, cuestión fundamental para entender la masificación de la japoanimación en el mundo occidental⁴⁸, y con esto el surgimiento de la cultura otaku en la mayor parte de este hemisferio.

El videojuego es otro de los elementos de la videoanimación que se relaciona con la japoanimación⁴⁹. Similarmente a lo que ocurre con los dibujos animados, los videojuegos son producidos en casi todos los países de mayor desarrollo tecnológico, sin embargo, es en Japón donde se ha producido el mayor número de estos y donde han nacido los más exitosos ejemplares del último tiempo, es el caso de Street Fighter, Mortal Combat, Final Fantasy, Pokemon, entre otros. Estos videojuegos de última generación no son similares a los videojuegos antiguos, donde el código de organización de la imagen estaba supeditado a un código narrativo reforzado por los códigos sonoro y escriptual (la

⁴⁶ Ver "Semiótica de la Japoanimación". Lechuga, Letelier, Poblete y Labrin, 1998. Pág. 83.

⁴⁷ Este punto es avalado por los resultados del estudio "La televisión y los niños en Chile, percepciones desde la audiencia infantil", en el cual se muestra que los dibujos animados son los programas de más fácil comprensión para el público infantil, con un 47,9% de las preferencias. Citado en "Japoanimación: una travesía semiológica de la película Sailor Moon". Medel, 1999.

⁴⁸ "La percepción es un fenómeno cognitivo que no obedece a una estructura lógica como creía el cognitivismo (que lo pensaba a semejanza de la forma de funcionamiento del computador con una sintaxis específica), sino que enactivos (Varela, 1989, 1996, 1992), donde el sujeto reconstruye su percepción no por la lógica, ni por lo que percibe en lo real, si no que 20% de lo percible se capta por los sensores cerebrales, y el 80% es reconstruida por los archivos mentales, la experiencia pasada y las conexiones entre variables". Del Villar 2003 B.

⁴⁹ Por lo demás los videojuegos produjeron un tipo especial de fanático denominado 'gamer', el cual si bien se relaciona con los otakus, estos harían una clara diferencia con ellos.

acción se refleja en el sonido, la imagen y el mensaje textual), sino que ha homologado los códigos de la videoanimación (temporalidad del relato, predominio de la imagen sobre el texto y lenguaje icnográfico), aún cuando ha incorporado el elemento perceptivo que distingue al videojuego contemporáneo, esto es que el código organización de la imagen es el que articula la totalidad del juego. Como se puede apreciar es una transformación similar a la que sufren los dibujos animados en su versión nipona, donde la imagen es la que lleva el peso narrativo de la historia⁵⁰.

Los Otakus y el Animé

El animé, como objeto de consumo, es muy valorado por los otakus de todos los grupos estudiados, lo que no es de extrañar si pensamos que el fenómeno de los otakus surge precisamente en torno al Animé, y en menor medida en relación al manga, ya que éste es consumido ampliamente en Japón sin que ello implique ser un otaku).

En páginas precedentes determinamos que el animé posee características que lo distinguen con claridad de los dibujos animados más conocidos en occidente, refiriéndonos con esto principalmente a las animaciones norteamericanas de Disney o Warner Bros. Entonces, cabe preguntarse ¿Qué opinan los otakus del animé?

El sujeto N° 1 opina lo siguiente: *“Encontré que abarcaba mucho, cuando yo era chico veía todo tipo de dibujo animado, pero llegó un punto en que yo empecé a ver animación, sin que fuera fanático comprendí que abarcaba muchos estilos diferentes, se tocaban otros temas y que no eran como las típicas series norteamericanas de huevones que peleaban y era simplemente eso. No, era mucho más profundo y había de todo, de todo, de todo, hasta de huevones fletos, aunque me cargan, hay una variedad tan grande que no te aburres nunca”*. En tanto, el N° 2 afirma que *“A la gente le guste genero tanto fanatismo es el hecho de que la historia se va adaptando y evoluciona. En el fondo tiene una historia*

⁵⁰ Casas, 2003.

¿Cáchas? No una historia como 'Los Magníficos', yo no sé que historias más hay parecidas, escuché una crítica de los fanáticos de 'Star Trek', 'Star Trek' es igual así, onda que termina y no pasa nada", y agrega "la animación gringa está claramente focalizada para cabros chicos, mientras que la animación japonesa no". Mientras que el Sujeto N° 4 comenta sobre el aspecto visual del animé y manga que "En el cómic norteamericano tú te encuentras con así un montón de palabras que están explicando lo que está pasando en la viñeta ¿Cáchas? En cambio en el cómic japonés tú abres, y a veces no encuentras ni una sola palabra, una pura imagen te lo expresa todo, lo mismo es con la animación, la norteamericana con la japonesa, los detalles, todo eso, los ojos, hay como poco trabajo". Por su parte, el entrevistado N° 5 afirma: "A mí me gusta porque es una forma de expresión visual, me gusta el cine, me gusta el cómic, de cajón me tenía que gustar el animé que comparte elementos comunes con todas esas variables especiales, y por eso no tiene ninguna...Hay una cierto romanticismo por Japón, pero, pero básicamente porque es una forma de expresión visual", agregando que "El animé tiene algunas cosas que son más nostálgicas, más evocativas, que uno era chico y siempre los vio y ahí hay un sentimiento, lo otro es que es más profesional, la animación es más cuidada, onda que la estructura de narración también está mejor llevada que en la norteamericana". En esta misma el N° 6 opina que "Los norteamericanos son más frívolos y siempre va a aparecer un héroe al final, y todo va a ser 'happy' , y su dibujo es más humanizado, en cambio los japoneses básicamente son realistas"; y la N° 7 opina que "Si uno ve por historia y cosas así, a veces resulta más interesante las historias de animación, porque las encuentro más cercanas. Yo me siento más cercana a una serie de animación que a una película (...) lo que me gusta de la animación es, aparte del dibujo y todo eso que uno se termina encariñando, es que pueden hacer juegos con los dibujos, cuando se achican o cuando ponen caras graciosas, cosas que no se pueden hacer en televisión mucho". Así también el sujeto N° 8 afirma que en el animé "Todos los cuadros son bien trabajados, es más dinámico, es más artístico, no es 'ah los cabros chicos consumen una cuestión con hartos colores', no, es más trabajado, y también es para gente más adulta'; Para el individuo N° 9 "Los

japoneses tienen historias de gente normal mayormente o historias lejanas de la humanidad, el fin del mundo o cosas por el estilo". Mientras que el sujeto N° 10 dice que lo que le gusta de un animé es: "Primero, obviamente el dibujo, por que a mí me atrae el dibujo, o sea harto, las series con hartos detalles. Luego, la historia, porque la empiezo a ver y a analizar, y me gusta todo lo que tenga que ver con fantasía y no la simple realidad como el asunto de los poderes y cosas así, me gustan harto las cosas sobrenaturales", además de que "la animación japonesa siempre se destaca por sus dibujos, que son bien característicos, sus ojos grandes con muchos detalles, sus rostros bien definidos, como que se preocupan mucho del personaje, del pelo" y añade también que "hay distintas gamas dentro de la animación, hay el shojo que son animaciones para mujeres, para chicas como series románticas, está el shonen que es para chicos -más deportivo- está el kaiju (¿?) series de monstruos y cosas así, y hay bueno infinidad de gamas". Finalmente, el sujeto N° 12 afirma, "Desde chica siempre me gustó todo ese estilo de animación que la animación gringa, porque es como, como más fantasía y como que los personajes tiene más ideales, son más luchadores, tiene más esperanza. En cambio, las series gringas siempre son más monótonas, el personaje no tiene ningún brillo".

Si organizamos los argumentos antes esgrimidos podremos agruparlos en cuatro razonamientos: el primero de ellos se refiere a los principios estéticos y narrativos del animé y el manga (analizados de forma más extensa en el capítulo anterior). Dichos principios fueron mencionados por los sujetos 4, 5, 6 y 7.

Un segundo razonamiento se refiere al cuidado en el tratamiento de los personajes, donde se hace especial referencia a las diferencias entre el animé y la animación norteamericana, cuestión expresada por los sujetos N° 5, 8 y 10. En tanto, el tercer razonamiento dice relación con la diversidad de temáticas existentes en el animé, lo que implica directamente que hayan series específicas para públicos puntuales, tales como mujeres adolescentes, mujeres adultas, varones adolescentes, varones maduros o niños. Todo lo cual permite transitar desde series sobre la vida cotidiana hasta las más fantásticas, donde figura la magia o robots gigantes, factores indicados por los sujetos N° 1, 8, 9 y 10. Por

último tenemos una mayor complejidad en el relato, dado los principios estéticos y narrativos antes comentados. Esta complejidad tiene que ver directamente con la evolución permanente de los personajes y de las circunstancias que les rodean (más cercanas a las telenovelas que a los programas de televisión), elemento destacado por los sujetos N° 1, 2, 7, 8, 9, 10 y 12.

Los demás sujetos también mostraron sus preferencias, aunque sin explicar en detalle la razón de estas. Por ejemplo, el sujeto N° 3 afirma sobre los dibujos animados: *“Los norteamericanos son más brutos, en cambio los japoneses son más realistas, dentro de lo que se puede llamar realista”*.

Consumos asociados

Entenderemos por consumos asociados una amplia gama de productos que mantienen relación con el animé, entre los que suele incluirse: música, soundtracks (música de fondo o incidental de una serie o película), openings y endings (como se denomina a la música inicial y final de una serie respectivamente); revistas especializadas en animé (nacionales o extranjeras); imágenes varias (posters, artbooks o libros de arte), y merchandising (adornos, juguetes, llaveros, gorros... etc).

Pese a lo que se puede suponer, son pocos los consumos asociados que se manifiestan en los otakus chilenos. En general, la mayoría concentra sus recursos económicos en el consumo de animé y deja de lado la mayor parte de los demás ítems. De esta manera, el Sujeto N° 1 afirma: *“Tengo como, no sé, sus ciento veinte discos de animé, eso sí colecciono, todos en MP3, si para que voy a andar comprándolos de a uno, tampoco tengo tanta plata, los bajo de Internet o me los consigo y los copio”*, al tiempo que dice del manga: *“leo cuando me los consigo, porque nunca me he comprado un manga”*. El sujeto n° 2 realiza la siguiente aseveración: *“Maquetas tengo, si estuvieras en mi pieza dirías ‘ah este huevón fanático’, pero no sé, diez maquetas que tengo todas son regaladas, nunca he comprado una...Tengo un autito de ‘Initial D’, ése lo compré yo, no en otro lado, el auto de Takumi, el trueno... (¿?), pero ni siquiera eso porque el auto*

venía con la caja de látex, por lo que en realidad, no tiene gran mérito de coleccionista eso”, en tanto el sujeto N° 3 asegura comprar objetos asociados pero aclara: *“igual colecciono hartas cosas pero no tengo el bichito, no, no me desespero por tener las cosas si no las tengo, no las tengo”*, mientras que el sujeto N° 5 no compra mangas aduciendo que *“es muy caro como para hacerse una biblioteca manga, además que llega completamente desactualizado, uno depende del genio de los españoles”*; por el contrario, el sujeto N° 7 sostiene: *“me gusta comprarme las cosas que me han gustado, la música que me ha gustado, los artbooks no he podido por cuestión económica”*, y la N° 10 afirma que compra *“CD’s, o me consigo con gente que pueda bajar porque no tengo internet, entonces, me bajan mis amigos, me prestan y bueno, así me consigo la música o la animación”*.

A pesar de lo anterior encontramos otros casos que sí compran una gran cantidad de objetos asociados, como por ejemplo el sujeto N° 4, quien afirma gustar del manga: *“Ahora estoy juntando ‘Evangelion’, tengo ‘Video Girl Ai’, que es de Katsura, lo tengo completo. ‘I’s’ también lo tengo, ‘Macross 7 Trashed’, me gustan más las versiones (...) leo hartos pero cuando el dibujo me gusta”*, y agrega, *“tengo como tres bandas sonoras, una de la ‘Princesa Mononoke’, otra de ‘Ghost in the Shell’ y una creo de ‘L’arc_en_ciel’, que son las que yo tengo en mi casa para escucharlos”*, en cuanto a juguetes, *“tengo la moto de Akira, de Kaneda, todos dicen la moto de Akira y es la moto de Kaneda, tengo un Gladiador que es chiquitito y un Astroboy, eso es lo que tengo y no lo vendo, ¿Cáchas?”*. Tema aparte son las chapitas (adornos circulares que se enganchan con un alfiler) de bajo costo y muy comunes entre los otakus más jóvenes, en cuanto a ellas el sujeto N° 9 menciona al *“Denominado otaku yumi, que compra chapitas y las colecciona, yo tengo éstas en mi mochila y como treinta más en mi casa”*; el sujeto N° 11 agrega que las chapitas se usan *“En nuestros bolsos... por que es una forma de identificarse más que nada, igual no es tan importante andar lleno de chapas, porque hay algunos que andan excesivamente, se tapan de chapas...no, pero igual ahora, en este último tiempo, se ha hecho como parte de los otakus, igual los que andan con chapitas ya saben que son otakus, como una forma de*

diferenciarse, igual es importante”.

Luego, y considerando los testimonios, la mayoría de los otakus gusta de tener música de animé, aunque la mayoría la descarga de internet o la consigue con amigos, siendo pocos quienes pagan por ella (sujetos N° 4, 7 y 10), mientras que en relación a las chapitas descubrimos que sólo son relevantes en el grupo de menor edad. En cuanto a los videojuegos, tenemos que el total de los encuestados gusta de ellos, sin embargo, no existen patrones comunes en torno a este aspecto, pues resulta más una característica generacional que una característica específica de los otakus (y en algunos casos, como el del sujeto N° 12, los videojuegos consumen la mayor parte de su tiempo libre: “*Cuando estoy en vacaciones en realidad juego mucho, si no es todo el día puede ser fácil entre quince y veinte horas*”). En cualquier caso -exceptuando, por cierto, el anterior- los juguetes y merchandising que los sujetos poseen han sido regalados o simplemente han circulado como promoción de otros productos (como el auto en el caso del Sujeto N° 2).

En síntesis, los otakus entrevistados manifiestan una alta valoración de los objetos de consumo, pese a lo cual prefieren un sistema de ahorro en el gasto, cuestión que no implica el no acceder a alguno de los elementos descritos anteriormente (música juguetes, merchandising). En consecuencia, los Otakus más jóvenes prefieren las chapas, las que además de ser económicas permiten ser reconocidos por otros otakus (considerando que entre estos el grupo se manifiesta como algo mucho más importante que entre los otakus mayores de 20 años). Las chapitas están pensadas para su exhibición, mientras que los otakus de más de 20 años valoran los objetos por su valor suntuario, siendo en su mayoría regalos o lujos ocasionales que ellos se dan, y que tienen que ver con una profunda admiración o gusto por determinada serie. De esta manera, el consumo suntuario suele estar asociado al saber que dichos otakus poseen con respecto a alguna serie (como es el caso de la moto de Kaneda en el sujeto N° 4), tal saber es el catalizador de este consumo, que es también el espacio en el que desarrollan su identidad como otakus, al asociarse a las series de su gusto mediante la adquisición de objetos referentes a ellas, lo que también se da,

aunque de manera más pública y económica, en el caso de las chapas de otakus más jóvenes.

Una vez observado el rol del animé y el consumo en los otakus, y viendo como estos, nos enfocaremos en el problema de la identidad e identificación, tanto en el plano conceptual como práctico de los otakus.

LA IDENTIDAD

Pese a lo simple que parece ser el concepto de identidad (normalmente entendido como la adscripción a un agregado de sujetos y símbolos, es decir, diversas asociaciones y su simbología, o iconografía si así se prefiere, además de las respectivas negaciones que no forman parte del agregado pero que sí ocupan un lugar dentro de la identidad: los 'otros') es posiblemente uno de los temas más debatidos - y con menos acuerdos- que se pueda encontrar en las ciencias sociales (no siendo pocos los temas que generan divergencias), tanto en su definición como en sus descripciones concretas⁵¹. Posiblemente, el origen de tal disparidad de opiniones sea la relevancia política que ha tenido la identidad desde comienzos del siglo XX (siglo XIX si se observa el fenómeno en Europa), por lo cual, cada tendencia política en distintas épocas ha intentado definir qué es la identidad, y más aún, cuál es la identidad concreta del grupo social de su interés (un pueblo, nación, estrato social o segmento etario). Gran parte del conflicto surge del hecho de que la identidad asocia y diferencia al mismo tiempo, explicitando, además, sus "predicciones y aspiraciones"⁵², lo que demuestra por qué el tema de la identidad ha sido continuamente utilizado para la proyección de objetivos políticos⁵³. La identidad ha sido considerada por los sectores políticos como un instrumento para legitimar sus proyectos de futuro⁵⁴.

Para entender el problema de la identidad es preciso distinguir en primer lugar los tres tipos de identidad que se consideran en las ciencias sociales: la identidad personal, la identidad grupal y la identidad nacional. El tipo de identidad que interesa en esta investigación es la identidad de grupo, esto es, la que distingue a un grupo de personas del resto de la sociedad, en este caso la de los otakus, a pesar de que muchas de las observaciones aquí esbozadas provendrán de análisis de los demás tipos de identidad, cuestión que no resulta

⁵¹ Lipiansky 1998.

⁵² Ídem. Pág. 25.

⁵³ Ver a Jorge Larraín 1994 "La Identidad Latinoamericana: Teoría e Historia". Estudios Públicos, Pág.55.

⁵⁴ Vease Paul Gilroy "Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad" en ESTUDIOS CULTURALES Y COMUNICACIÓN. Curran, Morley y Walkerdine, 1998.

necesariamente un impedimento, pues todas las variedades comparten gran parte de las características que disponen. Por consiguiente, la observación que hace Edmond Marc Lipiansky acerca de la identidad individual (proceso de construcción permanente)⁵⁵ es compartida por Jorge Larraín al hablar de identidad Latinoamericana, y en tanto afirma que 'la identidad latinoamericana está siendo permanentemente construida y reconstruida'⁵⁶, con mayor razón se extrapola a la identidad grupal.

Por su parte, Jorge Larraín sostiene que el proceso de construcción de la identidad es eminentemente discursivo, es una interpretación de la realidad (lo que sería válido para todos los tipos de identidad), es la visión particular que un sujeto, institución o comunidad tiene de la pertenencia, razón por la cual sirve tanto para disimular la heterogeneidad como para resistir la homogeneidad, cuestión que Larraín denomina ambigüedad de la identidad⁵⁷. Jorge Larraín, finalmente, se inclina por una versión historicista de la identidad, donde ésta es algo que está siendo permanentemente construido "(...) Y reconstruido dentro de nuevos contextos y situaciones históricas y que no puede decirse nunca que está finalmente resuelta(...)"⁵⁸.

Por último, esta visión es mucho más acorde con nuestra concepción de cultura, ya que entonces podemos concebir la identidad como una construcción social, compuesta de símbolos que permiten relacionar al sujeto con su pasado

⁵⁵ "Las investigaciones actuales 'se niegan cada vez más a considerar la vida del adulto como si ya no se tratase más que de simples variaciones sobre temas probablemente fijos durante la infancia y la adolescencia' (cita a R. L'Ecuyer, 'Le Concept de Soi' 1978). Varios factores, de carácter social pueden implicar modificaciones importantes en el autoconocimiento: la elección del ejercicio de una profesión; el grado de éxito y autoconocimiento que se deriva; el matrimonio (o celibato que implica la identidad de 'anciano' o 'anciana'); la maternidad, la paternidad (que confiere una nueva identidad de padre); los papeles sociales asumidos (como sindicalista, militante político, animador de asociación, etc.) las afiliaciones ideológicas y religiosas; el estado de salud; los acontecimientos (luto, desempleo, reconversión, divorcio, accidentes o enfermedades, psicoterapia, etc.) todos estos factores pueden afectar más o menos profundamente a la identidad corporal o sexual, la imagen y el parecer de sí. Causan a veces una verdadera crisis de identidad, hasta trastornar completamente la percepción del 'sí' del sujeto" Edmond Marc Lipiansky 'L'identite personnelle' en *L'Identite: L'individu, Le groupe, La société*. Jean-Claude Ruano-Borbalan. 1998. Pág. 27. (traducción personal).

⁵⁶ Jorge Larraín 1994. Pág. 64.

⁵⁷ "Esto demuestra la ambigüedad inherente al concepto de identidad. Puede servir para enmascarar la diversidad; por el otro, puede servir como medio de resistencia". Ídem. Pág. 62.

(de dónde vengo), su presente (quién o qué soy) y su futuro (qué quiero ser). De modo que la identidad será diferente en el caso de distintos contextos, en otro país, en un estadio de fútbol, en una fiesta o en el trabajo. Es por esto que la identidad se puede manifestar a nivel nacional o étnico (nivel macro), a nivel grupal (nivel medio) o a nivel individual (nivel micro), pues al ser una construcción simbólica (discurso) interpreta la realidad contingente. De hecho, el concepto holístico o nacional de la identidad proviene también de este hecho, pues al ser una construcción simbólica puede interpretarse como homogéneo algo que no lo es, puede ignorar conflictos y, de esta manera, disminuir la tensión social, en la medida en que todo es posible a nivel discursivo.

Identidad e Identificación en los Otakus

Además de lo anteriormente expuesto, y sin oponerse a ello, existen otras variantes teóricas que permiten desarrollar nuevas dimensiones del fenómeno, dentro de éstas destaca el planteamiento de Rafael Del Villar, quien concibe (siguiendo a Lacan y Riech) dos formas de identificación: la primera es la identificación simbólica, que se manifiesta a través de la adscripción o rechazo a roles y valores sociales (identidad en el sentido de Larraín), mientras que la segunda es la identificación imaginaria, que tiene un trasfondo pulsional. Esta segunda variante de la identidad se refiere a las reacciones pulsionales de lo corporal ante determinados estímulos, y estará presente en el fenómeno del consumo por cuanto el sujeto prefiere lo agradable y rechaza lo desagradable. Tal esquema permite entender la transformación posmoderna, que convierte la razón formal en razón sensible (idea de Maffesoli)⁵⁹, no en una oposición sino en un desplazamiento desde la identidad simbólica a la imaginaria, desarrollada desde el punto de vista individual, aunque las mismas investigaciones de Del Villar permiten extrapolar la existencia de este mecanismo en la generación de identidades grupales⁶⁰.

⁵⁸ Ídem. Pág. 62.

⁵⁹ Raad. 2002.

⁶⁰ Del Villar, 2003 A.

Posturas como las precedentes permiten desarrollar una visión distinta a la de identidad propiamente tal, ya que en vez de centrarse en el tema de definir la identidad como una adscripción del sujeto a un grupo, a unos símbolos y a unas negaciones (los que no son del grupo y de otros símbolos)⁶¹, se centra en el placer (el goce) antes que en la dominación, de donde deviene el hecho de que podrían plantearse identidades construidas en torno al placer como elemento aglutinador y ya no en torno a la ideología (la cual tampoco se puede negar de antemano). Sería éste el caso de los otakus, quienes construyen su identidad en base al goce hedonista del consumo del animé, tal como lo manifiesta el sujeto N° 5 al consultárle cuál es la razón de su gusto por el animé: *“Es como una cuestión un poco casi metafísica, o sea porque te gusta cierto tipo de comida, es porque hay afinidad, afinidad al manga y también me gusta harto”*. El fanatismo obsesivo, cuando el objeto es una proyección del ‘yo’ (entendiendo el ‘yo’ en el sentido de Francisco Varela, es decir, aquella construcción hipotética que cognitivamente utilizamos para funcionar en el mundo, por lo tanto, la identidad es un fenómeno del ‘yoismo’)⁶², es también una característica que han compartido gran parte de los sujetos entrevistados. De esta manera, el sujeto N° 5 cuenta que *“Me obsesioné con Lain, y después me obsesioné con Cowboy... No, hubo un tiempo en que era muy desquiciado, para tener la película ‘End of Evangelion’ yo hueví mucho, hueví mucho”*, situación en la que el ‘yo’ del sujeto no se encuentra completo sin el objeto de deseo, lo que desencadena la reacción compulsiva de satisfacción de esta necesidad. El problema de esta postura es que no se puede verificar mediante el testimonio, puesto que se construye en base a la textualidad, es decir, a lo explícito de discurso, y a los sujetos les es difícil semantizar las sensaciones, las pulsaciones y el goce.

Por otra parte, si observamos los rasgos que describen los sujetos sobre su identificación encontraremos que los entrevistados pueden dividirse en torno a su

⁶¹ Véase Paul Gilroy “Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad” en Curran, Morley y Walkerdine, 1998.

⁶² ‘El yo es pues un modelo histórico entre las formaciones que emergen momento a momento’ Varela 1992, Pág. 149. Aclarando que, para Varela, el ‘yoismo’ no es la única manera de experimentar el mundo, pues la mente en un estado de ‘presencia plena/conciencia abierta’, funciona en el mundo, de manera más libre, sin necesidad de un ‘yo’.

posición frente al orden social, en este sentido, pueden construir una identidad de positividad -que acepta el orden- o de negatividad -que rechaza el orden-. En este caso, el contexto del cual hablamos es el orden de los fanáticos del manga animé, más específicamente, si construyen su identidad desde el rechazo al mundo otaku o desde la aceptación de éste (aún cuando nadie responda a estos polos en un cien por ciento, pues ciertos elementos generan una postura y otros elementos generan la otra).

Dentro de la negatividad podemos catalogar a los sujetos N° 1, 5, 6 y 8, mientras que dentro de la positividad tendremos a los sujetos N° 2, 3, 4, 7, 9, 10, 11 y 12. Esto indica que la totalidad de los sujetos de 20 años o menos manifiestan una postura positiva hacia el mundo otaku. Solo analizaremos a dos de los sujetos -los más polares- para graficar cómo funcionan estas estructuras analizadas desde un punto de vista sociosemiótico.

El sujeto N° 1 expone sobre su gusto por el Internet y manifiesta que *“En la noche, yo pegado ahí mirando la cuestión serán cinco horas, y lo demás el otro rato me voy a acostar dejando el computador prendido bajando cosas, no, yo estoy más o menos cinco horas”*, no obstante, agrega que aunque conoce harta gente en Internet no habla mucho con ellos, pues *“Lo que más se puede hablar con la gente con la que me relaciono son casi todos aficionados a la animación y son pocas las veces que te puedes poner a conversar sobre animación con ellos porque igual son como re, como re mula, son muy pocos con los que saben como para conversar, los demás puro hueveo”*, y en cuanto a la asistencia a ciclos opina que *“hace mucho tiempo que yo sabía que habían funciones, pero no quería ir porque yo cachaba que los huevones eran mucho signo peso, que la hueva era muy comercial, onda ‘animé para ver y vender’ como decían por ahí, después empecé a conocer a los huevones a través de Internet, y mis amigos ‘otakus’ ahí me decían ‘anda, anda, anda’ y yo un día me aparecí por allá, y después empecé a ir y estaba regodeón, no es la raja pero no hay donde elegir, yo cacho que si sale una hueva mejor obviamente me cambio”*, al mismo tiempo, declara ser *“fanático pero a mi modo, cachas eso de saber harto de las series pero no se me nota, soy un huevón totalmente normal, paso ‘piola’”*, en este sentido desearía de

los demás *“Que no fueran huevones enfermos, que fueran como normales, conversando una hueva, no esos típicos huevones que ven una hueva y ‘hhhuuuuu y la hueva’ o las minas que se ponen a gritar ‘haaaa’, son monos animados, ¿Por qué no entienden esa hueva?”*. Con este testimonio vemos que existe un rechazo del otaku por considerarlo anormal, en sus palabras, el buen otaku es aquel que no parece serlo. Si ordenamos su discurso estructuralmente sería de la siguiente manera:

yo	=	Otro
///		///
interior	=	exterior
///		///
Control	=	Sin control
///		///
Apariencia normal	=	Apariencia anormal
///		///
Aceptado	=	Rechazado

En cambio si nos detenemos en el sujeto N° 12 encontraremos que gusta de jugar on line un videojuego interactivo (Ragnarock) todo el tiempo que puede, llegando incluso a pasar en dicha actividad hasta 20 horas diarias en las vacaciones. Sin embargo, su posición es completamente contraria a la del Sujeto N° 1, afirmando sobre el juego: *“O sea, es como lo más importante, no tomarse el juego tan en serio ni amargarse porque a lo mejor, de repente, no resulta algo, sino que mejor tomárselo relajado, con humor, porque es un juego, y tampoco vale la pena pelearse con amigos por esas cosas”*, y aclara que *“el jugar como que nos relaja de repente de la rutina y nos organiza mejor el tiempo, entonces se nos hace más fácil estudiar, como que nos desestresa un poco”*, y sobre su identificación con los personajes de animé cuenta que *“cuando me gusta un personaje es porque o me identifico con algo de ese personaje, o puede ser el diseño del personaje, o la voz del personaje, pueden ser muchas cosas, la actitud,*

la personalidad, etc. O de repente, si es un hombre me gusta eso, no sé, porque lo encuentro rico, cosas así”, y sobre las actividades que desarrolla con sus amigos afirma, “en realidad cosas muy sanas, no nos juntábamos nunca a tomar ni nada por el estilo, jugábamos Play Station o incluso juegos de cartas o incluso juegos de salón como Pictionary, o cocinábamos, cuando cocinábamos hacíamos comida china, o íbamos a la piscina, o una vez incluso fuimos a un campamento, cosas de ese estilo, también veíamos animé por supuesto algunas veces”; en cuanto a la asistencia a ciclos de animé dice que “El ambiente en grupo es totalmente distinto, ver una serie solo en tu casa que tú por ejemplo en una cosa chistosa dices ‘ja’ , pero estás en el ciclo y es todo generalizado así: ‘juajuajua’, y es como mucho más ameno...Y eso es lo entretenido, las escenas chistosas uno las disfruta más, las de acción son como más ‘oohhhh’, y además claro está en pantalla gigante, con sonido y así... Y no estás solo, lo pasa mejor en grupo”.

En consecuencia, se desprende del caso del sujeto N° 12 que las actividades en grupo son centrales en su identidad, si la graficáramos estructuralmente ésta sería:

Yo	=	No yo
///		///
Compañía	=	Solitario
///		///
externalidad	=	internalidad
///		///
felicidad	=	tristeza

De lo anterior tenemos que dos estructuras son opuestas en cuanto a la manifestación exterior, mientras el sujeto N° 1 controla o reprime su cuerpo para ser ‘él’, el sujeto N° 12 sólo puede ser ‘él’ en la interacción con el grupo de amigos (incluso en el juego Ragnarock es tremendamente importante la interacción con sujetos conectados). Claro está que para comprender cómo dos personas pueden construir su identidad de otakus de manera tan diferente es preciso entender el rol que juega en ello el grupo de pares, que dicho sea de paso no existe en el primero

caso analizado (al preguntárle si tenía amigos otakus él manifestó: “*ahora actualmente digamos que no*”), por lo tanto, no hay un grupo que lo acepte en su externalidad.

Otakus como Movimiento Juvenil

El fenómeno de los otakus se describe principalmente en términos de fenómeno juvenil, pese ser sólo una relación de contingencia (teóricamente se puede ser un otaku en cualquier periodo de la vida), por lo que abordaremos el tema de la juventud como una forma de clarificar la discusión en vez de definir qué son los otakus.

En primer lugar hay que destacar que llama la atención el que exista un gran interés por la juventud y pese a ello existan muy pocas investigaciones que se interesan por definir lo que se entenderá por juventud, por lo general se prefiere la definición operacional que se entrega desde la visión oficial, “Estrato de población de entre 15 y 29 años de edad”⁶³, en otros casos se utilizan otras edades de referencia como los 15 y 24 años⁶⁴, que es la definición que entrega la ONU, o bien se presupone que la juventud es ese grupo de población que se encuentra entre la Enseñanza Media y la Educación Superior. Dicho problema proviene del hecho de que la juventud ha sido entendida mayormente como un proceso que como un fenómeno, tal como dice Paula Legüe “La juventud se define como un período vital, de transición entre la infancia y la vida adulta”⁶⁵. Sin embargo, esta definición ha sido una de las causantes de que no se conciba a la juventud como un espacio de estudio, con componentes particulares, sino que por el contrario, se considera a la juventud como una transición, una negación tanto de lo que es la vida adulta como de lo que es la niñez, un periodo vacío, de carencia, donde no existirían componentes particulares que estudiar⁶⁶.

No obstante, y tal como afirman varios autores (Barbero, Krauskopf) no es

⁶³ Instituto Nacional de la Juventud, 2002.

⁶⁴ Valenzuela, 1984.

⁶⁵ Legüe, 2003. Pág. 62.

⁶⁶ Martín-Barbero, 1998. Pág. 22.

sino hasta el siglo XVIII en que se empieza a hablar de juventud, y no es hasta el siglo XIX, con la revolución industrial, que se concibe a la juventud como un período de transición desde la niñez hacia la adultez⁶⁷, e incluso la misma antropología sólo se interesó en la juventud por los ritos de pasaje que transformaban al niño en un adulto. Tal como afirma Jesús Martín Barbero, no será hasta los años 60' que el fenómeno de la juventud comience a tomar cuerpo, gracias al denominado fenómeno de los 'hippie', es en ese momento cuando la 'juventud' se llena de contenido social y pasa a ser un objeto activo para la sociedad. Sin embargo, este fenómeno no fue bien comprendido por los científicos sociales, quienes aún se hallaban dentro de un concepto transicional de la juventud⁶⁸, por lo cual, en las primeras manifestaciones del fenómeno de la juventud ellos sólo vieron conductas antisociales, anomia o por último rebeldía, como dice Barbero "a la dificultad para definir los contornos de este nuevo objeto de conocimiento que serían los jóvenes -un objeto nómada, de contornos difusos- se le añade el malentendido que asocia juventud con amenaza social, desviación y violencia"⁶⁹. Pero el fenómeno era más complejo y tiene por factores claves las transformaciones sociales del siglo XX, el surgimiento de los medios de comunicación de masas (Televisión y Radio) o la revolución electrónica (como la llama Margaret Med, quizás la primera en ver la relevancia de estas transformaciones que sufría la juventud), todos elementos que permitieron una transformación de la socialización dentro del hogar "lo que hay de verdaderamente revolucionario es que ella (hablando de la televisión) permite a los más jóvenes estar presente en las interacciones de los adultos (...) Es como si la sociedad entera hubiera tomado la decisión de autorizar a los niños a ir a las guerras, a los entierros, a los juegos de seducción eróticos, a los interludios sexuales, a las intrigas criminales. La pequeña pantalla les expone a los temas y comportamientos que los adultos se esforzaron por ocultarles durante siglos" (Meyrowitz citado por Barbero)⁷⁰. Por lo tanto, así como el colegio y la universidad

⁶⁷ Legüe. 2003. Pág. 63.

⁶⁸ Lo que Mayans denomina Modelo Erickson.

⁶⁹ Martín-Barbero, 1998. Pág. 22.

⁷⁰ Idem. Pág. 28.

fueron fundamentales para comprender el surgimiento de la 'juventud transicional', la televisión será fundamental para entender el surgimiento del 'fenómeno de la juventud', es decir, la construcción social que es la juventud como la entendemos hoy día, y que determina entenderla primero que todo como "una construcción social"⁷¹, y no se podrá asimilar a su contraparte Psicobiológica denominada adolescencia. Hay que aclarar que la juventud 'transicional' también es un fenómeno social, sólo que se entendió como un fenómeno de transición, ya sea por miopía intelectual o porque no se visualizaron en ella contenidos particulares que la distinguieran del resto de la sociedad⁷².

Volviendo con Barbero, la segunda característica del fenómeno de la juventud sería que los jóvenes se socializan entre sus pares, lo que M. Med denomina cultura prefigurativa, esto es, que establece rupturas con el mundo de los adultos (en oposición a las culturas postfigurativas, que se basan en el pasado, y cofigurativas, donde el sujeto puede modificar la cultura en cierta medida).

Finalmente, la última característica de la juventud es que es 'contingente', lo que quiere decir que se manifiesta de diferente manera en distintas generaciones y hasta en distintas locaciones, esta característica sería producto de la segunda, sin embargo, tiene más aristas que destacar, ya que se refiere a que ésta se encuentra fuertemente "supeditada a procesos sociales, políticos, económicos y culturales propios de cada sociedad y época"⁷³, y por lo tanto, se asocia a la idea de cultura que vimos anteriormente. Existen algunas otras características que podrían incluirse en esta ocasión, como por ejemplo acotar que es un fenómeno multidimensional, pero no sería más que un derivado de su contingencia, o bien una característica de los fenómenos sociales de la postmodernidad, por lo cual carecería totalmente de capacidad explicativa.

En otra dirección, existen muchos intelectuales que han asociado la

⁷¹ Legüe. 2003. Pág. 64.

⁷² Joan Mayans identifica a esta tendencia teórica con los postulados de Eric Erikson, quien en "(...) los años cincuenta y sesenta presenta la adolescencia como un periodo de moratoria –o cancelación de responsabilidades y obligaciones- en el cual se fomenta la experimentación de situaciones que permiten ir forjando –como si de metales de aleación se tratara- el ego coherente y compacto propio de la madurez". Mayans critica la excesiva valoración de la madurez de la teoría de Erikson, quien considera patológica cualquier desviación del camino a la responsabilidad del adulto". Mayans 2002. Pág. 213.

juventud con la búsqueda de la identidad (Lengüe: “La tarea central de la juventud es la búsqueda y constitución de la identidad de individuo”⁷⁴). A pesar de que la identidad -tanto en el sentido individual como colectivo- es contingente, en el mismo sentido que lo es la juventud, históricamente se puede entender como un proceso de construcción permanente, como afirma Jorge Larraín⁷⁵, en el caso de la identidad social, o Edmond Marc Lipiansky⁷⁶, en el caso de la identidad individual, por lo tanto, este enfoque también carecería de capacidad explicativa ya que no se remite a un período de la vida del sujeto social, este tema se explicara en extenso al hablar del tema de la identidad.

Por último, aunque se ha discutido y caracterizado a la juventud, aún no se ha llegado a una definición operativa de ella (las características caracterizan, pero no definen) por lo que recurriremos a la Psicología, la cual asocia a la juventud con la adolescencia (pese a que ya hemos dicho que no se pueden asimilar), por lo que ésta empezaría alrededor de los 13 o 14 años, sin embargo, aún tomando esta edad como inicio no existe evidencia de que sea tal en caso de la juventud. Si enfocamos ahora el caso de la edad de termino de la juventud el tema es aún más complejo, ya que al ser contingente cambiará de un momento a otro, no obstante, éste se encuentra socialmente determinado al momento que el joven adquiere autonomía y la sociedad reconoce dicha autonomía⁷⁷. Como se puede apreciar el termino de la juventud variaría de un sujeto a otro, pudiendo ser joven a los 35 años o bien un adulto a los 18, por lo cual este límite sería teóricamente apropiado

⁷³ Reyes y Juricic en “Identidad Social Entre los Jóvenes de Santa Cruz”. Legüe. 2003. Pág. 64

⁷⁴ Legüe. 2003. Pág. 64.

⁷⁵ Larraín, 1994.

⁷⁶ “Las investigaciones actuales ‘se niegan cada vez más a considerar la vida del adulto como si ya no se tratase más que de simples variaciones sobre temas probablemente fijos durante la infancia y la adolescencia’ (cita a R. L’Ecuyer, ‘Le Concept de Soi’ 1978). Varios factores, de carácter social pueden implicar modificaciones importantes en el autoconocimiento: la elección del ejercicio de una profesión; el grado de éxito y autoconocimiento que se deriva; el matrimonio (o celibato que implica la identidad de ‘anciano’ o ‘anciana’); la maternidad, la paternidad (que confiere una nueva identidad de padre); los papeles sociales asumidos (como sindicalista, militante político, animador de asociación, etc.) las afiliaciones ideológicas y religiosas; el estado de salud; los acontecimientos (luto, desempleo, reconversión, divorcio, accidentes enfermedades, psicoterapia, etc.). todos estos factores pueden afectar más o menos profundamente a la identidad corporal o sexual, la imagen y el pareció de si. Causan a veces una verdadera crisis de identidad, hasta trastornar completamente la percepción del ‘si’ del sujeto” Edmond Marc Lipiansky ‘L’identite personnelle’ en *L’Identite: L’individu, Le groupe, La société*. Jean-Claude Ruano-Borbalan. 1998. Pág. 27. (traducción personal).

pero no operativo (independientemente de la forma en que se determine si un sujeto es autónomo o si su autonomía es reconocida socialmente), si consideramos la estadística encontramos que en el año 2000 el 68% de los 'jóvenes' de entre 25 y 29 años tenían a sus padres como jefes de hogar⁷⁸, razón por la cual podríamos suponer que no son autónomos y se justificaría que se les denominara 'jóvenes'. En adición, esta postura abre la posibilidad de que se conciba que: si la juventud termina con la autonomía social del sujeto, obligatoriamente tendría que iniciarse con el inicio del proceso, esto es, con la autonomía mental, es decir, aquella etapa del crecimiento del niño donde éste ya puede pensar en forma crítica a los padres, cuestión que podría comenzar a eso de los 12 años, una vez que el niño puede percibir el entorno de manera competente⁷⁹. Esta visión, aunque demuestra un mayor interés por los procesos que ocurren entre la juventud, también tendría el defecto de concebir a la juventud como una transición, aunque en este caso la transición no sería a la 'adulthood psicológica' propiamente tal, sino que hacia la emancipación (que al fin de cuentas es equivalente), en virtud de esto se podrían catalogar las conductas como más o menos juveniles en la medida que apunten o no a dicha autonomía, el error es pensar que la autonomía es el 'fin' de la juventud y que las actividades sociales que los jóvenes hagan sean los 'medios' para alcanzar dicho fin.

Posiblemente este concepto de juventud transicional sea una de las fuentes del rechazo que sienten muchos de los otakus de parte de las demás personas (entendiéndolo como concepto socialmente compartido, convencional, no como concepto científico), pues los otakus desarrollan plenamente la idea de contenidos propios (la idea de Barbero al hablar de los palimpsestos de identidad), es decir, desarrollan contenidos que no forman parte ni de la adultez ni de la infancia, como sujetos autónomos que se niegan a incorporarse al mundo adulto (en palabras de Barral). De esta manera, expondremos el caso del sujeto N° 10 quien afirma, "Yo

⁷⁷ Legüe. 2003. Pág. 64.

⁷⁸ Instituto Nacional de la Juventud. 2002. Pág. 17.

⁷⁹ Puede ser interesante ver los planteamientos de Philippe Greig en "L'Enfant et Son Dessin", donde el autor explica la relevancia de la percepción en el desarrollo del dibujo, además del surgimiento de la identidad individual, todos procesos que llevan a la culminación de la habilidad interpretativa a eso de los 12 o 13 años.

igual veía monitos, pero a lo mejor no lo comentaba tanto porque igual los típicos compañeros que ya están crecidos y se creen adultos y les gustan otras cosas, son carreteros y uno no, entonces igual no lo comentaba mucho”, y sobre las cosas que le gusta hacer cuenta que ella con sus amigos asisten “al ciclo de Resident, como cine entre comillas, es que son unos cines más chicos para gente a la que le gusta eso, que no en cualquier cine abierto el público va a ver ese tipo de películas o series, entonces uno va a ciclos que hace gente o como la misma Resident Hit, de la FM Hit, hacen un ciclo que se llama Kodama que es el que frecuente, y que dan animación los sábados cuatro horas sentado en una sillita viendo animé”, en cuanto a sus amigos asegura que “me estaban enseñando igual cartas Mitos y Leyendas, que también son juegos de rol, cartas y todo eso, pero no estoy cien por ciento metida en eso” y agrega “como a mí me gustan los gatos y todo eso, entonces un día llegué con un cascabel, y todo el grupo se le ocurrió que le regalara un cascabel, entonces ahora salimos todos con cascabel y todos sonando, en educación física ‘ya están los chiquillos vamos para allá’ porque el cascabel sonaba”, razón por la cual se llaman la Neko Family (la familia gato, pues neko es gato en japonés). La referencialidad que tiene el grupo de amigos queda manifestada por esta tendencia de organizarse en familias (en las que diferentes sujetos asumen roles, y los líderes son ‘padre’ y ‘madre’, tienen ‘hijos’, ‘hermanos’, etcétera.) sobre lo que agrega “estoy haciendo la historia de mi familia, pero de mi familia otaku, mi comunidad la ‘Neko Family’...ah si estaba yo haciendo la historia de mi familia, de la ‘Neko Family’, todos nuestros inicios, nuestro comienzo, cómo nos juntamos hace tres años y cómo están las cosas hasta ahora, a todos los estoy dibujando”. Como se puede advertir, son todas actividades que no tienen como horizonte simbólico al mundo adulto sino al mundo evasivo infantil y hogareño, que permite al sujeto reprimido desarrollarse como sujeto autónomo en las reglas del grupo.

Como conclusión podemos decir que lo juvenil es en esencia un rechazo de la adultez, un intento por ser un no-niño y no-adulto, y como tal, es un fenómeno social desarrollado en tiempos recientes y que se ha fortalecido gracias a la invasividad de los medios de comunicación de masas, que han dotado de

universos simbólicos alternativos a la juventud.

Podemos entender lo anterior como la primacía de una razón sensible, en el sentido de Michael Maffesoli⁸⁰, al exponer que la posmodernidad implica el nacimiento de una razón sensible, que se opondría a la razón instrumental 'moderna', este autor expone que la juventud viviría una 'explosión dionisiaca', donde lo central sería la búsqueda del placer, idea de la cual deriva el nomadismo juvenil, donde ningún lugar es permanente.

En base a la postura de Eckholt (quien concibe a la juventud como una subcultura), Raad expone algunos rasgos de la juventud, que son: La máscara como identidad, en la que se produce un yo intercambiable o 'transable'; el tiempo como experiencia, en el cual viven 'el presentismo (no futurismo) a través de la interacción constante'; fin del espacio como territorio, 'sus espacios ya no son compartidos sino interconectados y con estructuras del tiempo de tipo instantáneos y simultáneos'; el consumo como dialéctica, la cultura se experimentaría a través del consumo de objetos, imágenes y experiencias culturales; emociones aglutinantes, los jóvenes se reunirían por razones sensibles, no instrumentales, pues no necesitan el 'para qué'⁸¹.

Esta caracterización observa a los jóvenes principalmente desde el punto de vista de la ruptura con la modernidad, por lo cual (pese a que varios de estos puntos son compartidos en este enfoque) no atiende lo mucho de moderno que todavía puede quedar entre los jóvenes actuales, es decir, es una inferencia intelectual que merece aún una investigación más acabada. En el caso chileno parece ser que existe consenso en los puntos sobre 'la máscara como identidad', ya que existiría evidencia empírica de esto (Del Villar), lo mismo ocurriría con 'el consumo como dialéctica', punto que abordaremos más adelante. En lo que respecta a las 'emociones aglutinantes', la estadística parece demostrar que dicha característica se encuentra presente en la realidad chilena. En cuanto al 'tiempo como experiencia' y el 'fin del espacio como territorio', parecen ser demasiado apresuradas, como ya hemos dicho, la posmodernidad es ante todo una lectura de

⁸⁰ Raad. 2002.

⁸¹ Ídem. Pág. 13.

la realidad, por lo cual no hay que ignorar que aún hay mucho de moderno que puede ser 'leído' (sobre todo si se privilegia el punto de vista del sujeto). La idea no es desconocer el aporte que la 'desterritorialización' y el 'presentismo' hacen a la comprensión del los sujetos jóvenes, sino que más bien parecieran ser pensadas para entender a algunos sujetos jóvenes en desmedro de otros, no es que no suceda lo mismo en el caso de las demás características, sólo que éstas presentan mayor evidencia de su generalidad⁸².

Dentro de este orden, el gusto aparece como el elemento aglutinador, a la vez que catalizador, de la necesidad juvenil de reconocimiento (ya sea por la música juvenil, una estética determinada o el animé en el caso de los otakus), pues aquel que sostiene el mismo gusto es un cercano, opera como un 'ser como yo' para su identidad, y es en base a este gusto en común que se generan las actividades sociales en las que los sujetos materializan su autonomía grupal. Por lo tanto, estudiar las actividades desarrolladas por estos grupos ocupa un rol central para comprender cómo se desarrolla la identidad de los grupos juveniles, y en ese sentido, el punto que se abordará en el siguiente capítulo será el de las actividades de participación grupal de los otakus.

⁸² En el caso del consumo se trataría de una característica de casi toda la sociedad actual. Como dice Francisco Águila "El consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales", por lo tanto, será un lugar especial dentro de la construcción de la identidad. Águila 2002. Pág. 50.

LA PARTICIPACIÓN DE LOS OTAKUS

Formar parte de un grupo implica participar de éste, de sus relaciones y actividades, entendiendo la participación como el involucramiento en un ámbito en el que se puede decidir⁸³, lo que implica que el sujeto o grupo participa con cierta capacidad de decisión. La participación será la puesta en escena de la identidad, a nivel simbólico, puesto que será en la participación donde los sujetos se reconocerán como parte de algún agregado social.

Siguiendo con lo planteado, existirían diversas formas de participación, la más conocida es la política, también existe la participación social en la sociedad civil en defensa de los intereses sociales y el asociativismo, que se refiere a la agrupación horizontal de sujetos en pro de una causa (medioambiental, étnico o antidiscriminación, por ejemplo)⁸⁴.

Muchos autores engloban todas estas formas dentro de lo que denominan participación ciudadana, la cual "Se refiere específicamente a que los habitantes de las ciudades intervengan en las actividades públicas"⁸⁵. Estos enfoques tienden a confundir el tema de la participación con el del espacio público, sin embargo, el espacio público es importante dentro de la concepción de participación ciudadana ya que es el ambiente dentro del cual ésta se desarrolla, de lo contrario se trataría de acciones privadas que también pueden tener carácter político o asociativo, pero no serán participación ciudadana.

El asociativismo no necesariamente se desarrolla en los espacios públicos, un club de fans perfectamente pueden juntarse dentro de una casa o de un galpón habilitado para el caso, para escuchar música o intercambiar objetos. De esta forma, se pueden entender los grupos que se juntan en discotecas, lugares cerrados, de acceso restringido donde los sujetos pueden interactuar entre sí en pro de sus intereses (escuchar música, bailar, exhibir sus looks particulares o bien conocer personas con gustos afines). Estos tipos de acciones, que muchos autores no conciben como participación, estará más acorde con las tendencias

⁸³ Legüe, 2003. Pág. 33.

⁸⁴ Ídem. Pág. 36.

⁸⁵ Lagarribel 2002. citado en Legüe, 2003. Pág. 33.

actuales, que acentúan un alejamiento de la acción política y el desarrollo de conductas más dionisiacas (usando la terminología de Barbero). Es importante no engañarse con el objetivo de la participación de los sujetos, ya que en la actualidad lo que se desarrolla es el dominio del cuerpo, nuevamente siguiendo a Barbero es el cuerpo del sujeto el espacio en el cual se desarrolla su actividad “El cuerpo es el territorio y símbolo de la liberación social y sexual mediante la experimentación de los sentidos, la búsqueda erótica y el tatuaje”⁸⁶.

Por lo tanto, encontraremos que existen dos tendencias en el concepto de participación, una de carácter ciudadano (incluyendo las formas de participación social y asociativismo que se refieran a reivindicaciones sociales), que se desarrollara en el espacio público (este será también el espacio en el cual se desarrolla la puesta en escena de la identidad nacional), y otro que transitoriamente llamaremos ‘participación de consumo’, la cual no requiere de los espacios públicos, aunque haga uso de ellos, pudiendo concentrarse en espacios cerrados o privados, su principal característica es que tiene por territorio el propio cuerpo de los sujetos, en dicha categoría englobaremos los diversas formas de asociatividad posmodernas, que obedecen más a la razón sensible. Esta segunda categoría de participación, dentro de la cual se encontrarían los otakus, englobará tanto a las pandillas que no poseen ningún proyecto político o de reivindicación, como clubes de fans, jugadores de rol o clubes literarios (por poner algunos ejemplos), todos ellos tendrán en común que sus miembros comparten alguna actividad o gusto (música, estética o sensibilidad), lo que no coarta el hecho de que puedan construir modelos simbólicos (como los propios de las tribus urbanas). La relación que ambos tipos de participación construyen con el espacio será diferente, puesto que mientras la participación ciudadana tendrá un carácter territorial, en el sentido de que hay una identificación con un territorio, sea céntrico o periférico, la participación de consumo puede tener un carácter desterritorializado, no se asociará necesariamente a un espacio, sino que será más bien nómada en el sentido del circo, es decir, que necesita de un espacio pero este puede ser cualquiera que cumpla con sus necesidades.

⁸⁶ Martín-Barbero, 1998. Pág. 34.

Los Espacios de Participación

Los espacios públicos representan los lugares de uso común dentro de una ciudad, por lo tanto, se oponen al espacio privado y al lugar de tránsito (tanto comercial como físico), sin embargo, su naturaleza es ante todo jurídica⁸⁷, esto significa que está sometido a la administración pública, que determina su uso y establece quién puede tener acceso a él. Es éste el que permite construir relaciones entre los diferentes segmentos de la ciudad (entendiendo ciudad como espacio imaginario, es decir como representaciones vividas en un espacio⁸⁸), solo en él la ciudad puede construir su identidad (además de los medios de comunicación de masas que para estos efectos funciona de manera similar), en su sentido global se entiende, puesto que la ciudad en sí se ha transformado en un agregado de fragmentos que se segregan mutuamente, un lugar de diversidades sin integrar, por lo tanto, lo que la comunidad exige del espacio público (y de su administración) es que se recompongan los lazos comunes de la ciudad, que se le dote de identidad⁸⁹. Como dice Jordi Borja “La ciudadanía no se adquiere por el hecho de habitar en una ciudad. Ni tampoco es suficiente tener un documento legal que acredite tal condición”, la participación de estos espacios se puede hacer de forma ciudadana (mediante el ejercicio de derechos civiles) o de forma invasiva (mediante la violencia social), por lo que el espacio urbano será tanto un lugar de encuentro como de conflicto (como se puede ver en el caso de las pandillas de Skin heads)⁹⁰, se aprenderá tanto la tolerancia como la discriminación. Esta segunda cara de el espacio público es algo que tienden a olvidar los teóricos de la ciudad como Borja, que insisten el rol constructivo del espacio público, como la posibilidad de construcción de sentido en la urbe. Ciertamente que la integración de la ciudad permitiría construir lazos solidarios que prevendrían el surgimiento de la violencia, pero en la sociedad de consumo la diferencia constituye valor, por lo

⁸⁷ Borja, en Jiménez 2001.

⁸⁸ García Bravo, en JIMÉNEZ 2001. Pág. 108.

⁸⁹ Ídem. Pág. 23.

⁹⁰ Costa, Pérez y Tropea, 1996.

cual el espacio urbano solo reflejaría un conflicto que existe a nivel simbólico. Hernán Neira lo dice claramente al señalar que “todo es realizable en la ciudad, menos las virtudes publicas clásicas, menos una acción en común, menos darle un sentido político-moral a esa comunidad de fronteras espaciales correspondientes a la imagen del espacio urbano”⁹¹. Ciertamente que construir una identidad de la ciudad es ante todo un proyecto político (como ya viéramos al hablar del tema de la identidad), por lo cual una ciudad con identidad sólo será posible desde la dominación.

En este sentido los otakus han representado un caso atípico de ocupación del espacio (aunque no son los únicos, pues en general los fanáticos de películas como Star Wars o El señor de los Anillos han desarrollado actividades similares). De esta manera, los otakus no se constituyen en el espacio público, lo que permite a muchos de estos manifestar que parecen sujetos normales, (sujetos N° 1, 2, 4, 5, 6 y 7), pues mantiene sus actividades en espacios privados (como la propia casa o las de sus amigos) o en espacios cerrados (teatros o cines), reduciendo notablemente la notoriedad social del movimiento (a diferencia de punks y góticos, que gustan de exhibirse en la vía publica), de esta manera el Sujeto N° 10 cuenta que *“una vez tuvimos la oportunidad, la primera vez que fuimos a la casa de ella, y fuimos a ver animé... fuimos a nuestra reunión, y la mamá nos miraba y nos decía ‘y ustedes todo el día sentados en ese sillón ¿por qué no vana a carretear?’”,* y agrega *“no me gusta la ropa de los mall, la odio, es que voy a un mall y me aburro porque no hay nada que me guste...porque no hay nada para nosotros, no hay nada ni siquiera un artículo así, nada, a menos que haya un rincón Salo en un mall, nada más”,* y el sujeto N° 3 cuenta que *“Ahora que no hay función nos encontramos en los videos, nos hicimos toda una vida aparte y estamos como todo el día sábado juntos o los demás días de repente hacemos una fiesta”,* el sujeto N° 2 también narra cuando *“Con Escaflowne no paramos con un amigo, con un amigo que era ‘oye increíble’, se pegaba a las cuestiones, nos íbamos a su casa, teníamos un régimen en que veíamos, veíamos, veíamos, la mamá ‘a tomar once’, íbamos a tomar once y veíamos, veíamos, veíamos”* y es más *“una vez con*

⁹¹ Hernán Neira. en Jiménez, 2001.

un grupo de amigos en el que estaba la ¿?, la ¿?, el... (¿?) ¿Tú los cachas? Íbamos a ver, pero yo no aguante, toda Escaflowne y toda Evangelion en un día o dos. Cuando nadie tenía Evangelion un compadre se consiguió unas copias gravadas de la tele y nosotros con el (¿?) la subtitulamos entera del inglés, como teníamos la serie del inglés, y después nos juntamos a verla, nadie la había visto, imagínate. Pero yo ya al final no aguante, me dormí como al capítulo así veinte”.

El otro espacio relevante para los otakus son los ciclos de animación, funciones más o menos regulares que se efectúan en recintos cerrados como cines o teatros, de esta manera, el sujeto N° 11 cuenta: “Yo he ido a ciclos, no de lunes a viernes, a veces lo que molesta un poco es que sean pagadas las cuestiones porque yo por lo menos he ido a ciclos gratuitos, en su mayoría eran así, yo creo que una vez con suerte fui a un ciclo pagado así, pero en su mayoría fueron ciclos gratuitos que eran, que se yo, que los hacían en la universidad de la... en la Universidad Andrés Bello, la Universidad Central, y era así que uno estaba toda la tarde sentada viendo series, toda la tarde siguiendo la serie, es muy entrete...es muy entretenido ir a un ciclo, por ejemplo cuando dan, no sé series donde aparece un mino rico y todas las minas gritan así ‘GUAAAA’ y todos los compadres se enojan y no sé es muy entretenido, y cuando aparece una mina bonita todos lo compadres aplauden y las minas se enojan y es como una cuestión comunitaria impresionante, muy entretenido, y por ahí pasa el cuento, yo también he ido a ciclos sola y cuando voy a un ciclo sola no la paso tan bien como cuando voy con gente”, incluso afirma, “el tema del animé me hizo una cosa que yo nunca creí que iba a hacer en algún momento que es pararme arriba de un escenario con un micrófono en mano y ponerme a cantar...me dio más personalidad y curiosamente me dio más amigos y yo sé que a mí por lo menos no es la única persona a la que le ha pasado...de hecho la mayoría, por no decir todos mis amigos que tengo son del ámbito de la animación japonesa, todos son como otakus”; el sujeto N° 7 agrega: “había un ciclo, que me llevó una amigo, me encantó que uno estuviera en japonés, porque prefiero el japonés subtitulado que el traducido, y al pasar del tiempo me gustó mucho la gente, entonces esos son los dos motivos por los que terminé yendo”; y el sujeto N° 12 dice que “El

ambiente en grupo es totalmente distinto ver una serie solo en tu casa, que tú por ejemplo en una cosa chistosa dices 'ja' pero estás en el ciclo y es todo generalizado así 'juajuajua' y es como mucho más ameno...y eso es lo entretenido, las escenas chistosas uno las disfruta más, las de acción son como mas 'oohhhh', y además claro está en pantalla gigante, con sonido y así...y no estás solo, lo pasas mejor en grupo”.

Las características principales de estos ciclos es que se desarrollan en lugares cerrados (la excepción son los grandes eventos como la Animé Expo y el Festival Animé, que se desarrollan en extensos lugares como el planetario de la Universidad de Santiago de Chile (USACH) y el Campus San Joaquín de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), recintos cerrados para la ocasión), por lo tanto, permiten el desarrollo privado de las actividades de los otakus *“AniméExpo que es el evento, el evento grande que se hace acá en Chile a nivel de esto que es la animación, porque más allá de que se hayan echo otros eventos ninguno toma esa trascendencia, esa importancia de que hay todo, que hay gente que lo espera todos los años, todos tiene, estos eventos, es con cosplay, y es un cosplay de ochenta, cien personas disfrazadas subidas arriba de un escenario y dramatizando cosas”* (sujeto N° 11).

Internet y la Participación en el Espacio Virtual

Así como los movimientos políticos clásicos de hasta la década de los setenta construyeron su identidad desde su participación en los espacios públicos, en la actualidad el desarrollo tecnológico ha abierto nuevos espacios de interacción social, destacándose el caso de Internet, que ya no es un simple medio de transferencia de datos y ha sido convertido por los usuarios en un espacio de participación, coordinación y generación de identidades, de manera similar a lo que antes era el espacio público⁹². Y será precisamente este espacio alternativo

⁹² “Estamos en presencia de una nueva noción del espacio, donde lo físico y lo virtual influyen lo uno en lo otro, sentando las bases para la aparición de nuevas forma de socialización, nuevos estilos de vida y nuevas formas de organización social”. Gustavo Cardoso, citado por Castells, 2001. Pág. 152.

de interacción social al cual recurrirán frecuentemente los otakus (tal como se vio anteriormente la descripción de Etienne Barral cuando se abordó el tema de los otakus japoneses) de modo que se requiere una revisión de las características básicas que tiene la interacción en Internet, para así entender la relevancia que ésta puede tener en el mundo otaku.

Primero es necesario aclarar que Internet, como todo medio de comunicación, determina la naturaleza de la comunicación que en ella se establece, lo cual no sucede tan sólo por las características del formato (culturalmente producido) sino que también por el uso cultural que se hace del medio y de “las diferentes temporalidades y pluralidad de matrices culturales(...)”⁹³ de Internet (concepto de mediación de Martín-Barbero), es decir, que la dinámica social constituye el uso de los medios, y es preciso ver cómo ha influenciado la construcción de Internet.

Manuel Castells (2001)⁹⁴ describe el desarrollo de la cultura Internet en cuatro aspectos fundamentales: la cultura tecno meritocrática, asociada al mundo académico; la cultura hacker; la cultura comunitaria virtual; y la cultura emprendedora. De éstas la segunda y la tercera serán fundamentales para entender la influencia que tiene Internet en la interacción y participación entre los sujetos que construyen una identidad en red.

La cultura hacker tiene una particular relevancia puesto que desarrolla en ella una idea de libertad que se hará inherente a Internet, si bien es cierto que los hacker adoptaron Internet como su medio ambiente, en el que ellos mismos se constituyeron como hackers, debido a ciertas características que la red poseía y les permitía volcar su creatividad en ésta con casi total libertad, ellos mismo hicieron mucho por generar lo que sería una cultura de la libertad en Internet, esto ocurrió pues eran tanto programadores como usuarios de esta red (‘por productores /usuarios, me refiero a aquellos sujetos cuyo uso de Internet retroalimenta el sistema tecnológico’⁹⁵), los cuales contribuyeron a la creación del entorno tecnológico, que hoy denominamos Internet, por medio de su trabajo

⁹³ Martín-Barbero, 1987. Pág. 203.

⁹⁴ Castells, 2001.

⁹⁵ Ídem. Pág. 51.

creativo e innovador en la producción del software (trabajo que por cierto continúan haciendo). De tal manera que diversos usos comunes de Internet, como la utilización de formatos de compresión y transmisión de archivos (MP3, AVI, DivX), así como el desarrollo de programas y redes de cooperación e intercambio de datos (Napster, Emule o Kaza), no existirían si no fuera por estos programadores aficionados (pese a que muchos de ellos son profesionales, sin embargo, sus actividades las desarrollan en forma gratuita, sólo por el placer creativo y su recompensa en cuanto al reconocimiento del mundo hacker). Aunque lo más relevante es la ideología que los hackers depositaron en su trabajo, la idea de que en la red Internet todo es libre (el software, los archivos, la comunicación), pues en la privacidad de Internet no hay actividades prohibidas (situación que no es tal según la legislación de gran parte del mundo), principios que los hackers del mundo han defendido con una admirable capacidad de organización. Este principio de libertad en la red será fundamental para comprender la masificación de las comunidades virtuales que constituyen la esencia de la participación en Internet⁹⁶. Pues bien, esta libertad será el sustrato necesario para las actividades de pirateo y tráfico, propias de los otakus de todo el mundo, quienes haciendo uso del software y de las plataformas informáticas en red burlan los derechos de autor de los animés y mangas que gustan. De esta manera, el sujeto N° 1 afirma *“Estoy bajando todos los días series por Internet”*, mientras que el sujeto N° 11 afirma: *“Tú puedes dejar el computador prendido toda la noche y tienes tal serie”*. El sujeto N° 7 agrega, *“Las voy bajando de Internet la mayoría (de los animés), porque hoy en día casi nadie compra con esto de Internet y las voy bajando en CDs”*.

Las comunidades virtuales se originaron casi al mismo tiempo que la red Internet en el ámbito de la tecno meritocracia primero (pese a lo cual estas primeras comunidades ya tenían un carácter lúdico u ocioso), y luego junto a las comunidades organizadas por los primeros hacker (tal como veíamos en páginas

⁹⁶ Por otra parte, tal como veremos más adelante, los hackers serían muy similares a los otakus, ambos grupos comparten su fascinación por la tecnología, la tendencia a ser participes activos en su consumo, y finalmente, ambos cargan con los estigmas sociales de ser unos inadaptados sociales o autistas.

precedentes, las comunidades de hackers son un instancia organizativa para estos, además de servirles para difundir sus trabajos). Las primeras comunidades se caracterizaron, en un principio, por su cercanía a los movimientos contraculturales y modos de vida alternativos de los años sesenta y setenta, tendencia que se fue diluyendo al aumentar su número y diversificarse su temática. De esta manera, “La cultura comunitaria configuró sus formas (de Internet), procesos y usos sociales”⁹⁷, permitiendo así el desarrollo de una gran diversidad de actividades (ecologistas y racistas, entre otros), la Internet se consolidó como un aglutinador de las minorías sociales y culturales (entre estos los otakus), además de ser un espacio que se puede disponer para satisfacer el ocio, “Lo que hizo la gente fue (...) utilizar Internet para satisfacer su interés por determinados contenidos”⁹⁸.

Como decíamos, los otakus se encuentran entre los grupos que mejor han aprovechado las comunidades virtuales para organizarse y desarrollar sus actividades, efectivamente, hasta hace algunos años la página web ‘Animéportal’ era una de las más visitadas del país, y todo en virtud de haber tenido un foro abierto a la discusión de manga y animé. En la actualidad, son varios los sitios que sirven a este propósito, de esto nos habla el sujeto N° 11 quien dice: *“Me metí a un foro, de ahí a otra gente, después si compartí’ los mismos gustos, compartir con más personas que piensan como parecido, y así fue como un círculo vicioso del que no se salía”* y agrega *“nosotros funcionamos a raíz de temas y tópicos ¿Me entendí’s? Por ejemplo, hacemos un tema respecto a tal cosa y vamos respondiendo, vamos respondiendo, siempre va a haber alguien que va a responder en los foros (...) todo esto siempre parte por los foros, después, claro, si querí’s hablas por MSN, que es como una cosa más cercana, después hablas por teléfono y te veí’s, pero esto parte por el foro y también se mantiene por el foro”*, y el sujeto N° 1 cuenta, *“conozco harta gente a través de Internet y que he hecho buenos amigos y amigas, hasta una que otra cosa”*.

Frente a las múltiples críticas relacionadas con la construcción de

⁹⁷ Castells, 2001 Pág. 69.

⁹⁸ Idem. Pag. 219.

identidades falsas en Internet, Castells replica que “Los usos de Internet son fundamentalmente instrumentales y están estrechamente relacionados con el trabajo, la familia y la vida cotidiana de los sujetos”⁹⁹, de modo que los juegos de identidad están reducidos principalmente a los adolescentes que se divierten con ésta, agregando que incluso en los juegos de rol y en los chat “las vidas reales son las que determinan, definen, el modo de la interacción on line”¹⁰⁰. Por su parte, Mayans, siguiendo a Turkle (también citada por Castells) afirma que “Los personajes que pueblan los chat (y podríamos agregar otros espacios de interacción como los foros) son roles. Roles construidos mediante la acumulación escénica de características”¹⁰¹. En este sentido, Mayans sí concibe la existencia de identidades falsas en Internet, aunque aclara que son una minoría. Sin embargo, deconstruye esta relación en cuanto a la expresión de características inhibidas de los sujetos en la vida real, explicando que la diferencia entre un personaje ‘falso’ y uno ‘verdadero’ no tiene ninguna relevancia, en la medida en que todos se construyen en la interacción social, constituyendo un proceso permanente de construcción de su identidad en la red (lo cual es acorde al concepto de identidad utilizado en la presente investigación). La crítica de Mayans va un poco más allá y advierte que la misma idea de anonimato de Internet sería inexacta puesto que si hay algo que define a estos personajes virtuales es el nombre, siendo el cuerpo lo que se encuentra ausente¹⁰².

El efecto de las comunidades virtuales es de tal relevancia que los niveles de participación de sus usuarios en vez de disminuir, como se creyó en un momento que ocurriría, ha tendido a aumentar, lo que se debe al hecho de que los sujetos al no sentirse representados ya por las macroestructuras procedieron a construir su identidad en torno a las microestructuras (o estructuras locales como

⁹⁹ Idem. Pág 138.

¹⁰⁰ Idem. Pág. 139.

¹⁰¹ Mayans, 2002. Pág. 220.

¹⁰² Sin embargo, esta misma idea resulta inexacta, puesto que aunque en la pantalla no se encuentre el cuerpo presente, éste sí se encuentra en la interacción con la máquina (el ordenador e Internet), que es el momento mismo de la puesta en escena de la participación virtual, el cuerpo ausente es el del ‘otro’ en la interacción por Internet (quien sólo es un nombre), no el propio cuerpo del sujeto actuante.

advierde Castells)¹⁰³, y esto sólo fue posible gracias a la diversidad de intereses que se pueden plasmar en la red Internet. En efecto, como advierde Mayans: “En las calles de las ciudades, cualquier usuario puede ser abordado, al estar completamente expuesto, físicamente, ocupando espacios abiertos y públicos. Esta reserva es la que le protege, en una especie de acuerdo común y colectivo, de posibles intromisiones en su persona. En las calles de los chat, en cambio, esa particular aptitud urbana pierde razón de ser, puesto que la total accesibilidad a la que se somete el ser social deja de ser traumática y se convierte en ansiada”¹⁰⁴, lo que significa que en la red los sujetos buscan interactuar, pues no se encuentran expuestos como en las calles, en vez, tienen la libertad de exponerse sin verse obligados a responder a los transeúntes¹⁰⁵. En consecuencia, Internet será un ambiente ideal para la organización, coordinación y participación de grupos étnicos, ideológicos o de consumo, como los otakus, lo que se debe en parte a la arquitectura propia de la red y a la propia influencia de los productores/ usuarios de ella (hackers y participantes de las comunidades), entre los cuales se encuentran los otakus.

Identidades Alternativas

Un uso común entre los otakus es la construcción de identidades alternativas, ya sea en Internet (a través de los *nick names*, los avatares y las firmas) o bien en la vida real, por medio de pseudónimos, sujetos que prefieren ser llamados como algún personaje y no con su nombre. Hablando de la construcción de identidades falsas en Internet Castells replica que “Los usos de Internet son fundamentalmente instrumentales y están estrechamente relacionados con el trabajo, la familia y la vida cotidiana de los sujetos”¹⁰⁶, de tal manera que los

¹⁰³ “(...) La libertad para sortear la cultura global en busca de la identidad local propia es posible gracias a Internet, una red global de comunicación local” Castells 2001. Pág. 224.

¹⁰⁴ Mayans, 2002. Pág. 106.

¹⁰⁵ “La competencia por la visibilidad, provocada por la gran cantidad de usuarios de un canal, activos o no. Un usuario de IRC (un programa de chat) –o su personaje o apodo, para ser más precisos- que quiera ser visto en un canal con un centenar de usuarios necesita aseverar y subrayar su presencia” ídem. Pág. 105.

¹⁰⁶ Ídem. Pág. 138.

juegos de identidad están reducidos principalmente a los adolescentes que juegan con su propia identidad (recordando que estos buscan reconocimiento como sujetos), agregando que incluso en los juegos de rol y en los chat “Las vidas reales son las que determinan, definen, el modo de la interacción on line”¹⁰⁷. Por su parte Mayans, siguiendo a Turkle (también citada por Castells) afirma que “Los personajes que pueblan los chat (y podríamos agregar otros espacios de interacción como los foros) son roles. Roles construidos mediante la acumulación escénica de características”¹⁰⁸. En este sentido, Mayans sí concibe la existencia de identidades falsas en Internet, aún aclarando que son una minoría, sin embargo, deconstruye esta relación en cuanto a la expresión de características inhibidas de los sujetos en la vida real, aunque precisa que la diferencia entre un personaje ‘falso’ y uno ‘verdadero’ no tiene ninguna relevancia, ya que todos se construyen en la interacción social, constituyendo un proceso permanente de construcción de su identidad en la red (lo cual es acorde con el concepto de identidad utilizado en la presente investigación). En efecto, el que un sujeto adopte el nombre de un personaje de animé o videojuegos tiene que ver precisamente con una construcción de rol en la interacción, con la salvedad de que ésta se da también en la vida cotidiana.

Los otakus, pese a lo que se pueda pensar, no son tan propensos a los nombres alternativos como ellos mismos dicen, sino que más aún sólo unos pocos de los sujetos entrevistados aceptaron usar *nick names* en sus relaciones sociales por Internet. De esta manera, el sujeto N° 9 dice que “*Uno se termina identificando con los personajes, y después con ese mismo personaje uno se identifica en foros y entre el grupo te dicen así, así por ejemplo, a mí me dicen Shinji, que es uno de los personajes que más me identifica, que aparte es de mi serie favorita ‘Evangelion’*”; mientras el sujeto N° 11 afirma: “*Yo soy, por ser en mi Universidad como soy, yo soy tímida y no converso con nadie, yo me mantengo cerrada en mi burbuja, esa soy yo, generalmente hay, mis compañeros, mis amigos, en general de otakus sí converso con sus compañeros, esa soy yo, pero cuando yo paso a*

¹⁰⁷ Idem. Pág. 139.

¹⁰⁸ Mayans, 2002. Pág. 220.

ser Arashi, la que todos conocen, a mí ya casi más o menos me tienen una personalidad definida (...) teniendo otro nombre te desconectái' también"; y el sujeto N° 10 afirma, "Ah si cada uno de nosotros igual adopta su personaje y tiene su pseudónimo (...) mi nick 'Kirara', es una gatita (...) Naraku, Nobita, Djiko, Fujiko, tengo Noriko, está Yukime, Hideki, amigos por doquier, esos nombres son personajes de distintas series, qué nick les gusta, que se siente identificado con esos personajes", y el sujeto N° 6 dice "Yo tengo el nick 'destino' no se sabe si es hombre o mujer".

Pese a ello, hay bastantes otakus que no se encuentran de acuerdo con los *nick names*, en este sentido, el sujeto N° 1 afirma: " *Y toman personalidades, o sea haciendo referencia a un personaje, toman su personalidad, toman como él, toman sus decisiones, ¿Cáchas? es una hueva enferma (...) yo cacho que el noventa por ciento de los otakus tienen problemas de autoestima, la dura, si los huevones no se quieren ellos mismos no los quiere nadie, los huevones tratan de aferrarse a eso*".

De esto se desprende que, al parecer, no es el *nick* lo que hace que un sujeto tome otra personalidad sino, tal como lo dice el sujeto N° 11, es el cómo es tratado por el grupo, es al interior de éste donde se genera una realidad alternativa que permite encarnar los personajes, es decir, la realidad en la cual se reconoce al sujeto como persona, permitiéndole desarrollar roles que no desarrollaría fuera del grupo. Otro punto importante es que la mayoría de quienes utilizan identidades alternativas corresponden a sujetos del grupo de 20 años o menos, lo que demostraría que es en la adolescencia cuando se dan más comúnmente los juegos de identidad, juegos que serán abandonados cuando el sujeto posea una identidad más definida.

Para sintetizar, los otakus -aunque no solo estos- permiten sostener la existencia de formas de asociativismo que no hacen referencia a la participación ciudadana, demostrando que ambos conceptos no son homologables (como creen algunos urbanistas), y que no necesitan desarrollar sus actividades en el espacio público, por lo que permanecen invisibles a gran parte de la sociedad. En base a lo anterior, podemos postular que existirían dos relaciones que los jóvenes

podrían construir para reconocerse como 'yo': la primera sería invasiva (la estrategia de los Punks, Skin Heads o los barristas en los estadios) caracterizada por la apropiación del espacio y la redefinición del horizonte simbólico que afirman la identidad de los sujetos¹⁰⁹. La otra forma sería precisamente la separación del orden social mediante el desarrollo de actividades en espacios privados, en los que se generan reglas particulares y los sujetos pueden modelar su identidad, ya sea ésta real o ficticia (ya vimos que la diferencia es irrelevante), y obtener el reconocimiento del grupo. Esto último es de particular importancia, en la medida en que los propios entrevistados manifiestan el carácter introvertido de sus personalidades, por lo menos en cuanto a lo que aprecian en los demás otakus y en relación a lo que varios sujetos afirman de sí mismos, asegurando además que entre sus amigos pueden superar su timidez.

Una vez abordada la participación y la relación entre ésta y los espacios, surge la interrogante sobre las relaciones que los otakus establecen tanto entre sí como con los demás, lo que conduce a preguntarse: ¿Son todos iguales?, ¿Desarrollan las mismas actividades? Y ¿Cómo se relacionan con sus amigos que no son otakus?, ¿Qué opinan sus padres de su fanatismo? Para responder estas inquietudes en el próximo capítulo nos adentraremos a la esfera de la convivencia de los otakus con el resto del mundo y también a las distinciones que se pueden encontrar al interior de los propios otakus.

¹⁰⁹ Para más detalles ver TRIBUS URBANAS de Costa, Pérez y Tropea, 1996.

GRUPOS ENTRE LOS OTAKUS

Tal como apreciamos en la caracterización que establece Barral, una de las características de los otakus es la especialización en un área de consumo, lo que implica el establecimiento de relaciones sociales asociadas a esta especialización, y que serán el origen de la diversificación de los otakus.

Las diferentes áreas de consumo tienden a crear grupos diferentes como son, por ejemplo, los fanáticos de los robots, o las fanáticas del Shojo (series para mujeres). La extrema diversidad interna de la videoanimación favorece esta línea divisoria entre los otakus, a la que se suman otras divisiones tradicionales de la sociedad, como el género, edad y condición social. En nuestra experiencia hemos podido apreciar que no existe una diferenciación clara en el área temática, la cual sólo se daría en los foros de Internet, tal como lo manifiesta el sujeto N° 11: *“En el ‘Animéportal’ existían subgrupos, los que les gustaban los robots, los que les gustaba tal serie, los que les gustaba tal otra serie, y van formando lo que se llama los team, que los team son grupos dentro de un grupo ¿Cáchai? (...) son como subgrupos dentro del grupo y que ahí tú tienes una identidad, ahí tú eres de tanto, eres de tal otro, y tú por ser de tanto te tocan ciertas características”*. Sin embargo, en la opinión de la mayoría de los otakus entrevistados, las distinciones más importantes son por edad o por actividad asociada, de esta manera, el mismo sujeto N° 11 afirma que *“más que como otaku me defino como cosplayer (disfrazarse de algún personaje, normalmente en un evento), cosplayer porque si bien a mí me encanta la animación y todo, pero lo que a mí me encanta es disfrazarme”*, afición también compartida por el sujeto N° 12 quien dice: *“Es entretenido el hecho de ir a comprar la tela, de hacer el disfraz, que uno se lo ponga, se mire en el espejo y diga ‘oh, me parezco mucho, soy ese mono, la cagá’ y la parte de actuación también, como subirse al escenario y como el desafío de tener que interpretar al personaje, eso me gusta (...) para escoger el personaje escojo una serie que me gusta y si dentro de esa serie hay un personaje al cual yo me parezca un poco hago el traje, siempre y cuando no sea algo tan simple”*, el sujeto N° 6, en tanto, asegura: *“Yo me he disfrazado...Lo encuentro más que nada*

por algo artístico, o sea el hecho de estar haciendo cositas, cosiendo con mi hermana, planeando el proyecto, es entretenido, no para crearme el personaje”; mientras que los sujetos N° 3, 7 y 10 lo han hecho ocasionalmente (todas las mujeres del grupo). Es necesario apreciar que los varones se muestran más reacios al *cosplay*, pese a que muestran cierta admiración por quienes sí lo hacen, así el sujeto N° 2 afirma que *“Me llama la atención cómo la gente disfruta disfrazarse, cómo sacrifican tanto para disfrazarse, porque hay unos disfraces que uno los ve y ‘oh’ y ‘oh’ ¿Cáchas? Y ¿Para qué? si es que gana, ganarte una película y una entrada gratis y si es que está en el escenario unos cinco minutos es mucho, con el que está hablando y todo, todavía no sé explicarte por qué, pero alguna vez me dieron ganas de disfrazarme, aunque la falta de tiempo me quitó las ganas”*, otros por el contrario, se cierran abiertamente a la posibilidad del disfraz, tal como el sujeto N° 4 quien sobre esto afirma: *“No creo...Una vez cuando chico mi mamá me disfrazó de Chavo del Ocho, tengo la foto guardada, que nadie la vea”*.

Por otro lado, el sujeto N° 11 afirma que existen mas subgrupos entre los otakus, *“Están también los como híbridos, bueno híbridos entre comillas, los otakus-Gamer (otakus aficionados a los videojuegos, tal como el sujeto N° 12), los otakus-dancers (aficionados a las maquinas de Baile), los otakus-cosplayer (que gustan de disfrazarse), los otaku-otaku”*.

Sin embargo, lo que la mayoría de los sujetos afirma es la existencia de los otakus novatos (tal como se afirmará en el capítulo dedicado al consumo entre los otakus), si observamos qué es lo que opinan los otakus de estos jóvenes encontraremos que no tienen un concepto muy halagüeño para con ellos, de forma que el sujeto N° 8 les llama *“aficionadomón”*, y el N° 11 les llama *“neo-otaku”*, sobre lo cual además afirma: *“Los que se llaman ahora los neo-otakus, que son compadres que andan llenos de chapas, las mochilas llenas de chapas que es como...Que son como los que se ven ahora”* y dice también *“Y se creen otakus, y se creen bacanes, pero conocen una serie”* agregando que *“los neo tienen el cuento de que se manejan en grupo, nunca vas a ver a un neo solo, pero yo me los imagino como cabros chicos de colegio...Cuando ves los neo-otakus, todos los*

nickname...Sólo usan nickname de Inuyasha, que es una serie que dan en el...en el once, de Cazador X". Los Sujetos N° 9 y 10, los cuales caerían en esta clasificación (pertenecen a grupos dentro de los cuales ellos son muy escandalosos y usan chapitas como identificación) explican cómo se juntan y cómo desarrollan sus actividades, de esta manera, el sujeto N° 9 afirma que les gusta "Decir la mayor cantidad de incoherencias y que todos nos riámos al mismo tiempo, contar chistes, decir estupideces", y agrega que se juntan "en los eventos, en los ciclos, en el euro, hacemos como juntas y vamos a la Quinta Normal, al cerro San Cristóbal, eso". Por su parte, el sujeto N° 10 da más antecedentes al respecto afirmando: "Yo empecé con la cosa del animé y de los otakus hace como tres años con un grupo de amigos, éramos tres al principio, mis súper amigos, mis juntas, y se nos ocurrió crear una cosa como grande, porque éramos como los ñoños del liceo, los cabritos chicos, los que ven monitos, entonces, dijimos 'igual hay gente dentro del liceo que les gusta', entonces empezamos como a comentar, empezamos con la animación e igual creamos dentro del liceo como una comunidad de otakus...Cuando se nos ocurrió hacer esto eran dieciocho personas y todos gritando, jugando, cantando, entonces por eso todos nos conocen en el liceo, los que hablen 'ah esos son los otakus, los tontitos con chapitas' o 'los que el otro día estaban cantando'...Nos juntábamos en los recreos y en nuestras horas libres, nos juntábamos en las casas, íbamos a los ciclos, al Kodama, o a otros eventos, de J. Music. Para nosotros es igual como bien importante, nosotros giramos como en torno a eso, todo el día...Nuestro recreo hablamos constantemente de eso, como una forma de vida entre comillas, porque igual estamos las veinticuatro horas del día hablando, comentando, viendo animé. Bueno aparte del animé nos gusta los cuadros, los juegos, ir a ciclos, ir a eventos, escuchar J. Music, que es música japonesa".

Sin embargo, estos nuevos otakus critican a su vez a aquellos que usan un excesivo número de chapas, denominándoles –según el sujeto N° 9- como "los 'chapamamones', que son los que usan chapas en exceso, se llenan de chapas", mientras que el N° 10 afirma que "No es tan importante andar lleno de chapas, porque hay algunos que andan excesivamente, se tapan de chapas".

Otro de los grupos que se han separado del fenómeno otaku son los *visuals* (variante japonesa del movimiento gótico, y entre las mujeres están las *gotick lolitas*), quienes siguen una moda estética y musical de Japón. En su origen este grupo surge de entre los otakus que se hacían fanáticos de los grupos musicales japoneses, adoptaban la apariencia de los fanáticos nipones y con el tiempo desplazan su identidad del mundo de los dibujos animados al mundo de la música y del baile. Los otakus y los visuals tienen, por lo tanto, algunos elementos en común: la admiración por elementos de Japón y la organización en grupos principalmente. Sin embargo, con el tiempo la relación que tenían se ha ido debilitando, esto es, con el tiempo los visuals están cada vez más lejos de los otakus y del animé, hasta el punto de que en la actualidad habrían visuals que no pasaron por la etapa del animé, el sujeto N° 10 explica: *“Es como el gótico, pero japonés”*, y al respecto el sujeto N° 11 afirma *“No me molesta que las minas anden disfrazadas por la calle, a mí me molesta que ellas quieran ser muñecas (...) andan todos de negro, y andan con los ojos pintados, en general que sean así los hombres no me va ni me viene, ahora viene gente que, por ejemplo unos amigos, que les molesta, como las gotic lolitas, molesta lo alienado yo creo que de los visualines molesta el hecho de que sean tan como depresivos”*, y agrega *“un visual es más que nada una tendencia de un grupo de música, mientras que por lo menos el gótico, si tú miras, el gótico tiene todo un cuento, una manera de pensar también detrás”*. Por su parte, el sujeto N° 1 se suma a la crítica afirmando que *“Lo otro que no es tan extraño los grupos musicales japoneses, huevones yo cacho que se visten como los huevones y tratan de cantar como ellos y esa hueva, está bien que te guste la animación, pero por qué tratan de ser algo que no eres”*.

Finalmente, el sujeto N° 12 asegura *“Yo no creo que hayan visual en Chile, yo creo que son un montón de niños pintamonos no más, porque de partida un visual yo creo que ni se aparecería por un evento otaku...No tienen nada que hacer ahí, o sea están ahí con su cara lúgubre de tres metros, así como ‘oh lo estoy pasando mal’ entonces uno ‘¿Y qué vienes a meter acá?’ Además de que ellos generalmente andan echándole mierda a los otakus también”*.

En vista de lo anterior podemos concluir que, pese a que el gusto pudiera

funcionar como un aglutinador de los otakus, no aparece como algo central a la hora de la formación de subgrupos, relegándose su rol sólo a los foros de Internet. Además, la principal distinción -como veíamos- es la generacional, donde las actividades desarrolladas y la historia detrás de su desarrollo como otakus son lo más importante. Si observamos, por ejemplo, el testimonio de el sujeto N° 10 y lo comparamos con el testimonio entregado por el sujeto N° 2 en la página 16, tenemos que para el otaku de mayor edad el desarrollo de su afición pasa por un redescubrir el animé, es decir, descubrir que puede ver animé aún siendo mayor de edad, en tanto, para los otakus más jóvenes existe una continuidad entre el consumo de animé como niños y su introducción en el grupo otaku en la adolescencia, lo cual también tiene mucho que ver con el fácil acceso al animé que existe en la actualidad (mayor disposición de series en la televisión, en el cable, en tiendas especializadas, pero principalmente por la masificación de Internet). De esta manera, se genera una historia diferente en la cual el eje pasa del saber (para elegir bien y ahorrar dinero) al grupo de amigos. Así, vemos que los otakus mayores son más reacios a prestar colecciones a sus amistades. Si bien es cierto que esta diferencia de historia genera una diferente valorización del objeto de deseo, la principal diferencia radicaría en las actividades concretas desarrolladas por estos, pues mientras los mayores prefieren ver películas -en ocasiones con uno o dos amigos-, en el grupo de los más jóvenes se prefieren las actividades con gran número de personas, con quienes se pueden desarrollar actividades más públicas, como cantar en una función, disfrazarse frente a un público o cantar en la calle, de modo tal que los otakus de 20 años o menos pierden un poco la invisibilidad que caracterizaba a los otakus de mayor edad, generándose, por consiguiente, una clara distinción entre estos.

Relaciones Otaku

Los otakus se desenvuelven en un contexto social que incluye numerosos agentes, con los cuales establecen diferentes relaciones. Entre estos agentes se pueden incluir: el grupo de pares, la familia, el lugar de estudios o trabajo. En torno

a dichas relaciones los sujetos construirán sus formas de relacionarse, convivirán con los juicios y prejuicios de estos, además de construir sus propias apreciaciones del mundo no-otaku y de los propios otakus, al tiempo que evaluarán las oportunidades que se presentan para los otakus en relación con los demás. También es preciso incluir las propias relaciones con otros otakus y con los comerciantes vendedores de animé y merchandising, relaciones en las que el uso de Internet (para las búsquedas de información y relación con otros otakus mediante chat o foros)¹¹⁰ y de espacios de encuentro (ciclos de animación, centros comerciales o incluso plazas) será vital en la configuración de los grupos e identidades particulares.

Al respecto, las relaciones con la gente exterior tiende a ser problemática, ya que los otakus deben cargar con una serie de prejuicios, de modo que el sujeto N° 2 cuenta: *“Mis amigos que no son otakus, puta, me huevean hasta el infinito por la hueva de los monos, los ‘animitas’, ‘ya estás con tus animitas’ ‘mono huevon’, ya terrible ¿Cáchas?”*. Sin embargo, aclara que los otakus *“no reclaman porque los tratan mal ¿Cáchas? Yo nunca he escuchado en mi vida ‘mi papá se burla de mí porque veo animé’ a lo mejor estoy mal, yo no lo he notado”*. Por su parte, el sujeto N° 7 cuenta que *“El que tenga un hobby que no fuera el común, el común de los mortales, pasa como bicho raro, y a veces me he sentido así en ciertos grupos de personas”* y agrega *“no a cualquier persona yo le digo que soy fanática, ya sea en la universidad ya todo el mundo sabe que soy fanática y siempre me han dicho ‘yo había pensado que a ti nunca te gustaban ese tipo de cosas’, porque asocian al animé con gente bien alocada y que se viste así (...) atacan mucho la animación japonesa como si fuera la culpable de todos los accidentes de los colegios, en el colegio fue donde fue más complicado”*, y el sujeto N° 9 asevera que *“Deberían darles la oportunidad, yo creo que todas las personas tiene que...yo creo que...al menos todas las personas en el mundo han visto por lo menos dos series que son de animación japonesa, pero lo niegan yo*

¹¹⁰ Las comunidades virtuales, que aglutinan a sujetos por similitudes en sus gustos, se originaron casi junto a la misma red Internet, la Internet se consolidó como un aglutinador de las minorías sociales y culturales (entre estos los otakus), además de un espacio del cual se puede disponer para satisfacer el ocio. Para más información ver Castells 2001, Pág. 69.

cacho, es por el estigma de nerd, loser". Al respecto, el sujeto N° 10 relata: "Dicen que somos como los tontitos, como los pendejos del mundo, si porque ninguna persona de diecisiete años, dicen, va a estar viendo monitos, porque es como en la etapa de la niñez, los niñitos ven monitos...Son más tontos ellos por que yo lo paso muy bien, sanamente, no como ellos que están copeteándose, ¿Es una forma de pasarlo bien? Pienso que no, que están equivocados" y el sujeto N° 11 comenta que "Para muchas personas monitos es igual a niño chico, entonces por lo tanto si tú ves monitos es como que tal vez te niegas a crecer", y el sujeto N° 1 afirma "Hay bastantes prejuicios por esa huevía de que los monitos y que la huevía, no sé, y además que últimamente salió una huevía de que es pura pornografía, ahora deformaron al animé pero ni ahí con la huevía", y agrega, "a veces te dicen ¿Cáchas? O te huevean por la cuestión y la cuestión, porque te las llevas viendo películas y todo, pero no estoy ni ahí, me da lo mismo, ahí cada quién se siente más mal, es cosa de cada uno, a mí me da lo mismo". Finalmente, el sujeto N° 5 opina que "Hay caleta de prejuicios, hay otros que son juicios fundados también, hay otros que partieron siendo prejuicios, pero terminaron siendo ciertos".

Un capítulo distinto en lo que respecta a la relación con los padres, que en todos los casos resultó ser bastante positiva, en el sentido de que estos nunca les prohibieron ver animé o desarrollar sus actividades. A este respecto el sujeto N° 1 cuenta que le dicen: "*Ya está éste con sus monos chinos', 'no son chinos son japoneses'. No, pero nunca me han criticado, si igual me ha apoyado, igual mi mamá me ha financiado el vicio de repente, le pedía plata para películas, porque igual encontraban que era un vicio sano, hasta que llegó el alcohol, ahora soy un otaku alcohólico", y sobre lo mismo el sujeto N° 2 cuenta que "Mi mamá muy tradicional, así como que ojalá que yo esté amarrado a la pata de la cama y no salga a ningún lado, siempre le molesta que llegue tarde o que no llegue, pero nunca hemos tenido ningún problema ¿Cáchas? O sea, o me dice o me llama por teléfono '¿Cuándo vas a llegar y la cuestión?' O cuando ha sido mucho y no he llegado en todo el fin de semana 'Oh apareciste ¿No te habías ido de la casa?' Mi papá no esta ni ahí, no, lo que si me retaba, me decía que 'trabajaba mucho y no*

ganaba ni uno', que mi papá es muy negociante ¿Cáchas? Entonces, 'mira todo lo que llevas, todo lo que trabajas y (...) '¿Qué cuánta gente fue? -tanto- ¿Cuánto ganaron? -tanto- ¿Qué van a hacer con la plata? -no tengo que comprar películas-agghhh', y el sujeto N° 3 dice que "Ahora ya se acostumbraron, pero al principio era 'ya estás viendo esos monos', 'ya estás viendo esa cuestión', mi mamá dice (...) mi papá se pone a hacer burla y se pone a cantar cualquier tontera así como en japonés", en la misma dirección el sujeto N° 7 comenta: "Al principio al menos mi hermana encontraba extraño, ya después como tuvo que mamarse todos los dibujos animados, que los veía yo, soy la mayor así que tengo el control en la pieza, le empezaron a gustar algunos y ahí como que empezó a entender porque me gustaban, mi mamá por fortuna nunca me ha puesto mayores problemas, cuando yo era chica y me quería quedar grabando, no me ponía ningún problema de '¿Por qué no sales a jugar?' ni nada de eso, nunca me puso problemas por ese estilo, y tampoco me ha puesto problemas de ir todos los sábados para allá, porque es lo único que hago fuera de la universidad". Por otro lado, también están las familias que han apoyado el consumo de animé de sus hijos, tal es el caso del sujeto N° 11 quien afirma: "De hecho mi mamá hasta le gusta que yo cosplayee, por decirte algo, mi viejo no sabe tanto que yo cosplayeo, a él no le gusta que yo cosplayee, que yo me ponga mis trajes y no sé que cosa, le gusta, entonces es como una cosa de que yo, por lo menos, he tenido la suerte de que me han respetado lo que a mí me gusta, de hecho en unos tiempos fue un sufrir...Cuando empecé en esto, yo con mi papá íbamos al persa Bío-Bío, en el que vendían música de animación y era en cassette, te estoy hablando en como cinco o siete años atrás y era como el gran (...) si mi papá me viera, y mi papá conversaba y mi papá me conseguía descuento en los cassettes, y de hecho hasta hoy igual me consigue descuento en los CDs, entonces, por lo menos te digo, yo por lo menos he tenido una suerte enorme de que me respetan que me gusten". Sin embargo, el caso mas extremo es el del sujeto N° 10, el cual afirma que "Mi mami es como... la peina con nosotros ¿No es así? Tú vas a los ciclos con nosotros...Mi mami es la tía otaku, sí, mi mami usa chapitas también, sí, mi mami nos hizo los trajes para los cosplay que hicieron".

Como queda de manifiesto, las principales dificultades que enfrentan los otakus no suelen estar dentro de sus hogares, atendiendo a que en general se trata de personas tímidas y sin muchas relaciones, el animé puede aparecer como una vía de escape para ellos, lo cual puede ser valorado en las familias (particularmente en los casos N° 10 y N° 11), sobre todo cuando aparece como una actividad sana, a diferencia del alcohol y las drogas. No obstante, la situación cambia cuando se trata del grupo de pares, que posiblemente no manifiestan reparos en el consumo de alcohol, o incluso drogas, por lo cual para estos el ver animé aparece como una actividad infantil, recordemos que no recurren a las amistades otakus para sentirse validados, lo que genera diferencia frente a ellos, de la misma manera que para los otakus el consumo de animé es generador de cercanía. Si atendemos a que las amistades de los otakus, posiblemente, se encuentren también en un proceso de construcción de identidad, entonces podemos pensar que las diferencias existentes entre ellos revisten de bastante valor, cuestión que se hace notar en su relación. Pese a todo, son los otakus de mayor edad los que se enfrentan más frecuentemente a estos prejuicios (sujetos N° 1 al N° 8), pues en general los otakus mas jóvenes reducen su círculo de amistades exclusivamente a otakus (Sujetos N° 9 al N° 12).

CONCLUSIÓN

Luego de revisar diferentes aristas del fenómeno de los otakus en Chile se puede concluir que los ejes centrales en la configuración de la identidad de los otakus serían: el gusto como aglutinador social; el grupo como fuente de la afirmación de la identidad como otaku; el consumo como articulador de las actividades de los otakus; el saber como condicionante del consumo; el espacio privado como escenario de la puesta en escena de la identidad de los otakus, y finalmente, la clara distinción entre los otakus más jóvenes y los veteranos, en cuanto a sus actividades y formas de relacionarse con los pares.

El primer eje aparece claro en la remembranza del animé, principalmente de aquel visto en la infancia, y también en la muy alta valoración de las características narrativas de éste, a lo cual habría que sumar la alta identificación con los personajes. Por medio de tramas complejas y personajes realistas, el animé ha permitido una identificación del sujeto consumidor con el objeto de consumo, tal como lo han afirmado todos los entrevistados, y en algunos casos incluso se da con personajes concretos (como el Sujeto N° 9 “*A mí me dicen ‘Shinji’, que es uno de los personajes que más me identifica, que aparte es de mi serie favorita ‘Evangelion’*”). Por consiguiente, las historias en las series de animé resultan más complejas y envolventes, permitiendo abordar temáticas más adultas, justificando así el gusto por los dibujos animados de sujetos mayores, como los otakus. De modo que tal como veíamos anteriormente, es a través del gusto por el objeto común que sujetos tímidos (como se describen la mayoría de los otakus) construyen un espacio en el que se pueden reconocer como iguales, lo que les permite validarse mutuamente. Este mecanismo, por lo demás, no es diferente de los que se encontrarán comúnmente en otros grupos juveniles, como aquellos que se aglutinan en torno a un estilo musical (metal, punk, entre otros), cuestión que indica que el elemento de consumo es el que reduce la dispersión social y discrimina al ‘sujeto como yo’, de aquel diferente, el ‘otro’.

El segundo eje tampoco es diferente de lo que se puede detectar en cualquier agrupación social (ya no sólo juvenil), en tanto el grupo como segmento

social define sus reglas y ordena éticamente lo correcto y lo transgresor, de manera tal que se define lo propio del grupo como permitido e incluso deseado. En el caso de los otakus ello sería simplemente ver dibujos animados, cantar en japonés, disfrazarse de personaje de una serie, lo que no significa que todos lo hagan, sino más bien que entre pares otakus es posible hacer cosas que no pueden realizarse entre las demás personas, tal como lo afirma el sujeto N° 11: *“Yo me mantengo cerrada mi burbuja, esa soy yo, generalmente hay, mis compañeros, mis amigos, en general de otakus si converso con sus compañeros, esa soy yo, pero cuando yo paso a ser Arashi, la que todos conocen, a mí ya casi más o menos me tienen una personalidad definida...Teniendo otro nombre te desconectái’ también”*. Cuestión que se plasma también en el hecho de que los sujetos que no poseían un grupo sólido de amistades otaku tendían a rechazar el apelativo mismo, no así quienes sí contaban con el respaldo de sus amistades, quienes por consiguiente no manifestaban reparos en aceptar la denominación, exceptuando claro a aquellos que no consideraban que los fanáticos chilenos sean otakus (como piensa el sujeto N° 6).

Si examinamos el tercer eje veremos que el consumo es, por un lado, una necesidad y, por otro, un articulador de la identidad de los otakus. En el primer sentido, la mayoría de estos reconoce que ser otaku es ser un consumidor, e incluso en algunos casos reconocen haber sentido la necesidad compulsiva de comprar algún producto. Mientras que cuando decimos que opera como un articulador de la identidad de los otakus nos referimos particularmente a que la forma de consumo dice estricta relación con la integración al grupo de amistades otaku, es decir, será por medio de la participación en redes de consumo que un sujeto aprenderá (o en ocasiones él enseñará) las maneras de consumir a bajo costo (prestamos, pirateo o la introducción en comunidades de Internet), y las formas de disminución del riesgo en la adquisición (autores preferidos, información sobre las series). Por cierto que este punto introduce el eje del saber y el de la distinción entre los otakus veteranos y los más jóvenes.

El saber entre los otakus chilenos no aparece estrictamente como el saber que describe Barral en el caso de los otakus japoneses, hay que recordar que en

aquellos el saber era, primero que todo, de carácter enciclopédico, y además cumplía el rol de determinar jerarquía entre los otakus. En el caso de los otakus chilenos el saber aparece primero como un espacio de proyección de la identidad, donde el sujeto debe saber sobre lo que le gusta, cuestión que establece una distinción entre los verdaderos otakus y los que siguen una serie por moda (en opinión de los sujetos N° 1, N° 4 y N° 5). Ahora bien, esto tampoco significa saber todo sobre la misma serie, pues eso implicaría ser un otaku obsesivo. El saber, en cambio, es de carácter instrumental, no enciclopédico, es decir, sirve para desarrollar un consumo más óptimo, de mayor rendimiento por menos dinero, lo que requiere particularmente del conocimiento y manejo de la tecnología (informática, manejo de equipos digitales, manejo de redes de intercambio, saber del mercado de la animación, entre otras). Finalmente, el saber como mecanismo de establecimiento de jerarquías entre otakus queda limitado a un segundo lugar frente al rol de la colección (recordemos que un sujeto con mayor colección puede ser más buscado por los demás que uno que carece de ésta), aunque también genera un efecto sobre la colección de cada otaku, por lo cual se puede pensar que su rol en la generación de la jerarquía -si bien no hegemónico- es importante.

Debemos recordar, finalmente, que dentro de las formas de consumo la perversión de las reglas de mercado no aparecería como aquella característica que en gran medida determina la diferencia entre los otakus veteranos y los novatos, pese a lo planteado por los mayores, pues los más jóvenes también practican dicha actividad. Se puede pensar, entonces, que la explicación de lo anterior tiene que ver con los prejuicios existentes entre los otakus mayores en relación a los menores, pues con dificultad podrían diferenciarlos de aquellos que sólo siguen el animé por moda. De esta manera, las actitudes de los otakus más jóvenes (alegres, ruidosos, llenos de chapas) no se podría homologar al consumismo desinformado (comprar todo en tiendas, a precios caros sin saber bien lo que se adquiere), que más bien sería un etapa inicial en el desarrollo de todo otaku, aunque a la vez, una barrera que separa al otaku de un simple aficionado al animé.

Posiblemente hasta este punto no existan diferencias entre los otakus y las

demás formas de agrupaciones juveniles, la afirmación de la identidad en el grupo, el gusto como aglutinador, la articulación en el consumo, o el saber como instrumento para el consumo, todo ello operaría de manera similar en la mayor parte de los grupos, por lo menos en aquellos que se construyen en torno a un gusto definido (tales como la música). Sin embargo, la primera característica que diferenciaría a los otakus de las demás agrupaciones es el desarrollo de las actividades identificatorias en espacios privados (entendiendo que no todas las actividades permiten el desarrollo de una identidad juvenil)¹¹¹, sólo en estos se generan las reglas particulares, en base a las cuales los sujetos pueden articular su identidad, ya sea real o ficticia, y obtener el reconocimiento del grupo. Sin duda que esta forma no es exclusiva de los otakus, otros grupos también operan de manera similar (como, por ejemplo, los fanáticos de series como 'Archivos Secretos X' descrito por Ana Maria Raad¹¹²). Además, sabemos que el espacio virtual también aparece como relevante para los otakus (y no sólo para ellos, sino que para un gran número de comunidades y agrupaciones), pero no es éste el espacio en el que ellos desarrollan sus actividades identificatorias, sino que más bien éstas aparecen asociadas al saber tecnológico, utilizado como instrumento para facilitar consumo.

Es por todo ello que se puede plantar el funcionamiento de una participación no ciudadana, una participación que no responde a los debates nacionales ni que se desarrolla en el espacio público, sino que tiende más que todo a la satisfacción de necesidades recreativas hedonistas y a la afirmación de la identidad. Lo último, de gran importancia dado el carácter introvertido de sus personalidades, por lo menos, de acuerdo a lo que ellos mismos afirman al mencionar que entre sus amigos pueden superar su timidez. Por lo tanto, como ya los sostuviéramos anteriormente, es en el grupo de semejantes donde los otakus se pueden sentir persona, un 'yo' válido socialmente. En consecuencia, podemos

¹¹¹ En este punto es importante señalar que la relevancia de los espacios es precisamente ésta, la de permitir construir una identidad en ellos, lo cual descalificaría por ejemplo los espacios de transporte (pese a que sí lo serán para los grupos de motoqueros que los apropian y los redefinen), entonces serán precisamente lugares como estadio de fútbol (para las barras bravas), recitales de música (para metaleros o punks), entre otros, los que funcionarían como escenarios para la puesta en escena de la identidad de los sujetos.

afirmar que esta búsqueda de identidad en espacios privados obedecería ante todo a la necesidad de superación de la timidez, recurriendo a los semejantes. Por lo tanto, es aquel un espacio tanto de liberación como de refugio contra los estímulos que coartan esta libertad (y que remiten al sujeto a su condición tímida). En este sentido, la exclusión que impide al otaku ser un sujeto autónomo, no es necesariamente de carácter económico (como sí ocurre en otros grupos), o académico (recordemos que las universidades son nichos de otakus, lo que tampoco implica que sean buenos alumnos como Barral y algunos entrevistados plantean), sino que dicha exclusión sería causada, quizás en su mayor parte, por la incapacidad de operar de manera asertiva en un escenario público, ya sea por su timidez social -que les conduce a refugiarse en el consumo privado de animé-, ya sea por encontrar una identidad entre otros sujetos de gusto y características similares, conformándose de esta manera el grupo de otakus¹¹³. Sin embargo, sólo habría que considerar aquello como una interpretación hipotética, aún cuando existan evidencias que apunten en esa dirección, pues no se encuentran contrastadas empíricamente.

Vimos en páginas precedentes que existe una marcada diferencia entre el rol que juega el grupo de amigos entre los otakus veteranos y los más jóvenes, pues entre estos últimos el grupo ocupa un rol central en el desarrollo de sus actividades, mientras que para los más veteranos el grupo es mayormente instrumental, en tanto forma parte importante de una estrategia de consumo. Lo anterior se debería a la historia particular que debieron vivir en su desarrollo como otakus, ya que los primeros (los veteranos) se iniciaron solitariamente en el consumo del animé (como se graficaba en la historia del sujeto N° 2), mientras que los más jóvenes se iniciaron en ello como grupo (tal como se grafica en la historia del sujeto N° 10). Por esta razón, los veteranos se remiten estrictamente a espacios privados, mientras que los segundos tienen cierta participación en el espacio público (cantan en las calles y usan chapitas públicamente). En resumen,

¹¹² Raad. 2002

¹¹³ Si esto funcionara, en el caso de los otakus japoneses, se podría asumir como una explicación posible para las características del retraso en el desarrollo de la sexualidad y también en el de la incorporación al mundo laboral.

los otakus jóvenes valoran primero el grupo y después los objetos de consumo, situación inversa a los otakus más veteranos. Lo anterior se puede respaldar por el hecho de que son los otakus de mayor edad los que se enfrentan más frecuentemente a prejuicios, pues en general los otakus jóvenes reducen su círculo de amistad exclusivamente a su grupo de amigos otakus.

Glosario

Animé: nombre dado al dibujo animado de origen japonés.

Art Book: libro de arte.

Camera kozô: término Japonés para designar a fotógrafos aficionados especializados en captar los calzones de las *idols* en sus conciertos.

Cosplay (del Inglés 'costum play'): anglicismo japonés para denominar al acto de disfrazarse.

Doujinshis: termino japonés para describir a las versiones elaboradas por aficionados de los mangas, normalmente son parodias o de corte pornográfico.

Ending (del inglés 'end', término): anglicismo para referirse al tema musical y secuencia de video que da termino a un programa de televisión.

Fanzin: revista producida por aficionados o fans.

Freak: anglicismo usado para referirse a los sujetos, objetos o situaciones extrañas, raras, fuera de lo común, lo que normalmente se denomina 'raro'.

Gamer (de Video Game, video juego en inglés): anglicismo usado para referirse a los fanáticos extremos de los videojuegos.

Gotic Lolitas: moda estética y musical japonesa femenina, variante del visual, se caracteriza por usar el maquillaje y la ropa para parecer muñecas.

Hacker (del inglés Hack, hachar): anglicismo para referirse a los expertos en informática.

Idols: anglicismo Japonés para referirse a un fenómeno mediático japonés que consiste en adolescentes cantantes, bailarinas y actrices (normalmente todas a la vez).

Kabuki: forma teatral japonesa en la cual los actores se mueven a velocidad muy lenta, sin hablar y con la cara pintada.

Look: (mirar) término de origen inglés para referirse a la apariencia de algo o de alguien.

Looser (del inglés lost, perder): anglicismo para referirse a sujetos poco exitosos, ya sea en lo sentimental o en otros aspectos. Es lo contrario del

winer (ganador).

Manga: nombre dado al cómic japonés moderno.

Mecha (del inglés *Mechanic*): anglicismo japonés para referirse a los robots y a las series de manga o animé que tengan a estos como temática.

Model Kits: set de armado para coleccionistas, con motivos de animés o videojuegos.

Nerd: término de origen inglés para designar a las personas tímidas y estudiosas, pero inadaptadas, normalmente de gustos poco comunes.

Nick (del inglés *nick name*, alias): nombre de fantasía, o pseudónimo, normalmente utilizada para la interacción en Internet

O.V.A. (Original Video Animation): dibujo animado creado para circular exclusivamente en video.

On Line: dice del acto de estar conectado en red informática (Internet u otra).

Opening (del inglés *open*, abrir): anglicismo para referirse al tema musical y secuencia de video que da inicio a un programa de televisión.

Otaku: nombre genérico que se da en occidente al aficionado al animé o manga. En Japón se utiliza para designar a los fanáticos obsesivos, principalmente del animé manga o videojuegos.

Pelacable: término para referirse al sujeto o al acto de hablar incoherentemente.

Pokemon/na (de *Pocket Monster* o monstruos de bolsillo): término proveniente de la serie de videojuegos y dibujos animados *Pokemon*, se usa en Chile para describir a los jóvenes de apariencia alternativa, pero de gustos musicales populares.

Poser/a: término utilizado para describir a los sujetos que siguen las tendencias juveniles de moda.

Ripeo: proceso de extracción y almacenamiento de documentos audiovisuales en forma de datos (normalmente en el disco duro de una computadora), aunque en ocasiones también se utiliza para la transformación de formato de un archivo.

Shojo (en japonés chica o muchacha): estilo de manga enfocado al público

adolescente femenino.

Shonen (en japonés chico o muchacho): estilo de manga enfocado al público adolescente masculino

Soundtrack: término de origen inglés para referirse a la banda sonora (música incidental y temas musicales como openings o endings) de una película o serie de televisión.

Visuals: moda estética y musical nipona (influenciada por el glam, el gótico europeo y el kabuki japonés), caracterizada por los vestir ropa oscura, con encajes y maquillaje lúgubre.

Winer (del inglés win, ganar): anglicismo para referirse al sujeto exitoso en lo sentimental o en algún otro aspecto de la vida. Es lo contrario de loser (perdedor).

BIBLIOGRAFÍA

- Águila, F. 2002. El consumo cultural de cine en jóvenes del gran Santiago. Seminario de título para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social, Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación y Escuela de Periodismo. Universidad de Chile, Santiago
- Barbieri, D. 1991. *Los Lenguajes del Cómic*. Barcelona, Ed. Paidós.
- Barral, É. 1999. *Otaku: Les Enfants du Virtuel*. Paris, Ed. Denoël.
- Barthes, R. 1991. *El Imperio de los Signos*. Ed. Mondadori, Madrid.
- Berndt, J. 1995. *El Fenómeno del Manga*. Ed. Martines Roca, Barcelona.
- Casas, R. 2003. *Consumo de videojuegos entre niños y jóvenes chilenos : investigación exploratoria*. Tesis para optar al grado de Magíster en Comunicación Social, Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación y Escuela de Periodismo, Universidad de Chile, Santiago.
- Castells, M. 2001. *La Galaxia Internet*. Ed. Novoprint SA. Barcelona.
- Clifford, J. y Marcus, G. 1991. *Retóricas de la Antropología*. Ed. Jucar, Madrid.
- Clifford, J. 1988. Sobre la Autoridad Etnográfica. en *El Surgimiento de la Antropología Posmoderna*, Editado por C. Reynoso, pp: 141-151. Ed. Gedisa, Barcelona.
- Costa, P., Pérez, J. y Tropea, F. 1996. *Tribus Urbanas, El Ansia de Identidad Juvenil: Entre el Culto a la Imagen y la Autoafirmación a Través de la Violencia*. Ed. Paidós, Barcelona.
- Curran, J., Morley, D. y Walkerdine, V. 1998. *Estudios Culturales y Comunicación*. Ed. Paidós, Barcelona.
- Del Villar, R. 1998. Trayectos comparativos en semiótica literaria: la complementación de Lévi-Strauss, Petitot-Cocorda, y Kristeva en la inteligibilización del universo semántico pulsional. (<http://rehue.csociales.uchile.cl/rehuehome/facultad/publicaciones/semiotica/semiotica2/rafa1.htm>).
- Del Villar, R. 2002. Multiculturalismo e Integración: hacia una imagen corporativa global. en: II Encuentro de Facultades de Comunicación Social

del Cono Sur
(http://www.encuentroconosur.uchile.cl/ponencias/1/1a_rafaeldelvillar.html),
Santiago de Chile.

Del Villar, R. 2003 (A). Información Pulsional y Teoría de los Códigos. en *Cuadernos No 17*, Ju Juy.

Del Villar, R. 2003 (B). Japoanimación, Video-juegos, y Vida Cotidiana: una perspectiva sociosemiótica.. curso de formación general (www.cfg.uchile.cl), (<http://www.plataforma.uchile.cl/fg/semestre1/2003/comunic/modulo5/clase8/doc/japoanim.doc>) Universidad de Chile, Santiago.

Del Villar, R. 2004. Dibujos animados, video- juegos y nuevos procesos cognitivos. Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación
(<http://www.eca.usp.br/alaic/trabalhos2004/gt20/Rafael%20del%20Villar.htm>).

Del Villar, R. 2005. *Videoanimación y Construcción de Identidades*. Informe FONDECYT N°1030561, Santiago.

Douglas, M y Isherwood, B. 1990. *El Mundo de los Bienes*. Ed. Grijalbo. México D.F.

Eco, U. 1977. *Tratado de Semiótica General*. Ed. Lumen, Barcelona.

García-Canclini, N. 1990. *Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo, México.

Geertz. C. 1987. *La Interpretación de las Culturas*. Ed. Gedisa, Barcelona.

Geertz. C. 1989. *El Antropólogo como Autor*. Ed. Paidos, Barcelona.

Geertz. C. 1994. *Conocimiento Local*. Ed. Paidos, Barcelona.

Greig, P. 2000. *L'Enfant et Son Dessin*. Ed. ÉRES, Paris.

Guber, R. 2001. *La etnográfica: método, campo y reflexibilidad*. Ed. Norma, Bogota.

Instituto Nacional de la Juventud 2002. *Caja de Herramientas No 1: 'Jóvenes del Chile Actual'*. Instituto Nacional de la Juventud, Santiago.

Hammersley, M. y Atkinson, P. 1994. *Etnografía: Métodos de investigación*. Ed. Paidos Ibérica S.A. Barcelona.

- Kristeva, J. 1988. *El Lenguaje ese Desconocido*. Ed. Fundamentos, Caracas.
- Larraín, J. 1994. La Identidad Latinoamericana: Teoría e Historia. Rev. *Estudios Públicos*, 55. 31-64.
- Lechuga, L., Letelier, L., Poblete, P. y Labrin, J. 1998. *Semiótica de la Japoanimación*. Seminario de título para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social, Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación y Escuela de Periodismo. Universidad de Chile, Santiago.
- Lévi-Strauss, C. 1987. *Antropología Estructural*. Ed. Paidós, Barcelona.
- Lipiansky, E. M. 1998. L'Identite Personnelle. en - *L'Identite: L'individu, Le groupe, La société*, editado por Jean-Claude Ruano-Borbalan, pp: 21-39. Éditions Sciences Humaines, Paris.
- Martín-Barbero, J. 1987. *De los Medios a las Mediaciones*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- Martín-Barbero, J. 1998. Jóvenes: Des-orden Cultural y Palimpsestos de Identidad. en *Viviendo a Toda: Jóvenes Territorios Culturales y Nuevas Sensibilidades*, editado por M. Magulis, pp:22-39. Siglo del Hombre Editores. Bogota.
- Mayans, J. 2002. *Genero Chat*. Gedisa. Barcelona.
- Medel, I. 1999. *Japoanimación: una travesía semiológica de la película Sailor Moon*. Seminario de título para optar al grado de Licenciado en Comunicación Social, Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación y Escuela de Periodismo, Universidad de Chile, Santiago.
- Muchon, J. 2004. Las nuevas formas del debate público: ¿una reconfiguración del espacio público democrático?. Revista *Comunicación y Medios* Año 14 No 15, Universidad de Chile, Santiago. 9-29.
- Neira, H. 2001. La Urbe como Espacio Infeliz. En *Laberintos urbanos en América Latina*, Compilador David Jiménez, PP: 81-104. Ediciones ABYA-YALA, Quito.
- Osorio, F. 1998. La Explicación en Antropología. *Cinta de Moebio* No.4. (<http://rehue.csociales.uchile.cl/publicaciones/moebio/04/frames04.htm>).
- Casas, R., Perillán, L. 2004. El video-juego en el proceso de construcción de

- identidades. *Revista deSignis* No 5 "Corpus Digital". 177-187.
- Raad, A. 2002. *Comunidad Emocional, Comunidad Virtual: estudio sobre las relaciones mediáticas por Internet*. Tesis para optar al grado de Magíster en Antropología y Desarrollo, Universidad de Chile. Santiago.
- Reynoso, C. 1990. El lado oscuro de la descripción densa. *Tercer Congreso Argentino de Antropología Social*. Rosario. (<http://txtantropologia.files.wordpress.com/2007/08/reynoso-carlos-el-lado-oscuro-de-la-descripcion-densa-wwwtxtdeantropologiawordpresscom.pdf>)
- Schodt, F. 1988. *Manga Manga! The World of Japanese Comics*. Ed. Kodansha USA, New York.
- Varela, F. , Thompson, E. y Rosch, E. 1992. *De Cuerpo Presente: Las ciencias cognitivas y la experiencia humana*. Ed. Gedisa, Barcelona.