

Otakus de Barcelona: estudio de la comunidad *

Alina Gavrus
alina.gavrus@gmail.com
Universitat de Barcelona

Resumen

Aunque el movimiento otaku en Barcelona nació alrededor del año 1990, coincidiendo con el éxito del manga-anime Bola de Drac, desde entonces no ha parado de crecer y se ha investigado muy poco dentro del ámbito de las ciencias sociales. La finalidad de este trabajo es descubrir cómo se conforma el grupo, si este ofrece posibilidades de destacar y desarrollarse más allá de la simple afición y si es posible hablar de una comunidad otaku.

Palabras clave: *otaku*, Barcelona, identidad, *manga*, *anime*, comunidad.

Resum: *Otakus a Barcelona: estudi de la comunitat*

Encara que el moviment otaku a Barcelona va néixer al voltant de l'any 1990, coincidint amb l'èxit del *manga-anime* Bola de Drac, des de llavors no ha parat de créixer i s'ha investigat molt poc dins de l'àmbit de les ciències socials. La finalitat d'aquest treball és descobrir com es conforma el grup, si aquest ofereix possibilitats de destacar i desenvolupar-se més enllà de la mera afició, i si és possible parlar d'una comunitat *otaku*.

Paraules clau: otaku, Barcelona, identitat, manga, anime, comunitat.

Abstract: *Otakus in Barcelona: community study*

Although the otaku movement appeared in Barcelona in 1990, coinciding with Dragon Ball's success, and has since continued to grow, it has been very little researched in the field of social sciences. The purpose of this research is to discover how the group is constituted; whether this group offers opportunities to stand out and develop beyond those offered by a mere hobby; and whether it is possible to consider *otakus* as a community.

Key words: otaku, Barcelona, identity, manga, anime, community.

* El presente estudio es fruto de la investigación llevada a cabo bajo el título Otakus a Barcelona: relaciones online i offline como Trabajo de Final de Grado dentro del Grado de Humanidades de la Universitat Oberta de Catalunya. El mismo surge como resultado de la observación participante en salones (Salón del Manga, ExpOtaku Barcelona, Japan Weekend) y en «quedadas»; de las entrevistas en profundidad y las conversaciones online con diferentes otakus y de una encuesta distribuida a través de las redes sociales.

Creación de la identidad otaku en Barcelona

Carles Fernández investigó la influencia del 3XL.NET¹ de la Televisión de Cataluña (TV3) en la formación de la identidad otaku en Barcelona y concluyó que había principalmente dos tipos de respuesta. En el primer caso, en palabras del autor, de menos pro-actividad, se encontraría «la mayoría de l'audiència d'un determinat contingut televisiu, per a la qual el contingut en sí pot ser un input per entendre el món, però no provoca cap reacció especial o específica que no sigui l'entreteniment, la relaxació, l'aïllament dels problemes habituals i quotidians i en alguns casos aportant temes de conversa que ajuden a la socialització» (Fernández 2007:306). En el segundo caso, de más pro-actividad hay «una part més minoritària de l'audiència i es dóna quan es produeix en un telespectador una implicació emocional i personal més gran del que és habitual» (Fernández 2007:306). Por lo tanto, se considera que, siempre y cuando haya un grupo suficientemente grande que presente un comportamiento social diferente a través del uso de signos especiales, maneras de vestir y de lenguaje, se puede hablar de una nueva identidad (Fernández 2007:306). En este caso, es con la identificación de los niños con los personajes de los *anime*² emitidos a través de la cadena de televisión catalana que surge la ya mencionada identidad.

La mayoría de los otakus consultados durante el trabajo de campo han mantenido el primer contacto con el *anime* y el *manga*³ antes de los quince años y muchos empezaron a considerarse como tal durante la misma franja de edad.⁴ Los interlocutores, Diego López,⁵ Joan González,⁶ Núria-Chan,⁷ así como muchos otros, recuerdan que, de

¹ El autor informa que 3XL.NET había sido pensada para atraer al público seguidor del Club Super 3 que se hacía mayor (a partir de los 14 años la afiliación se desactiva) y que estaría formado por jóvenes de entre 12 y 25 años, pero «la ubicació del programa dins de la franja horària del K3, quan aquest canal es va constituir, va fer que el públic infantil adquirís molta rellevància entre les audiències del 3XL.NET, fins i tot arribant a ser majoritàries» (Fernández, 2007:251).

² Dibujos animados de procedencia japonesa (Menkes 2012:52) que suelen basarse en los *manga* más populares (Ilya 2007:VII), dado que aproximadamente un 60% de los *anime* son adaptaciones de cómics nipones de éxito (Madrid ; Martínez 2010:55). Igor Gobbi presenta un posible origen del término en la abreviatura de *animeshon*, transliteración de la palabra inglesa *animation*; aunque también puede provenir del francés *design animé* (2009:27). Por el contrario, con el nombre de anime cómic se representa un *manga* creado a partir de una serie de *anime* celebre, adaptando los fotogramas a viñetas (Gobbi 2009:28).

³ Hoy día *manga* significa historieta dibujada siguiendo unas pautas narrativas (Brendt 1996:18) y su contenido está dividido en función de la audiencia por edad, sexo e interés (Meca 2008:157). Ilya enfatiza la asociación del *manga* con un conjunto de rasgos y señas visuales como líneas cinéticas, gotas de sudor, onomatopeyas, un montaje y una combinación de encuadres forzados, así como con la gran expresividad de los personajes (2007:X). Dani Madrid y Guillermo Martínez consideran que el *manga* refleja la realidad japonesa con «els seus mites, creences, rituals, tradicions, fantasies i també la quotidianitat» (2010:20).

⁴ Según los resultados obtenidos de la encuesta difundida por la autora a través de la red durante cinco meses, entre noviembre 2013 y marzo 2014 y a la que han contestado 30 personas, el 100% de los encuestados han visto una serie *anime* antes de los 15 años y el 76% han leído un *manga* a la misma edad. Siguiendo las mismas estadísticas, un 44% ha empezado a considerarse *otaku* antes de los 15 años; un mismo porcentaje entre los 15 y los 20; y sólo un 8% lo ha hecho después de los 21. A partir de ahora siempre que se haga referencia a la encuesta no aparecerá la cita (Gavrus 2014f).

⁵ A partir de ahora cada vez que Diego López aporte información ya no se hará referencia a la entrevista (Gavrus 2014b).

⁶ A partir de ahora cada vez que Joan González aporte información ya no se hará referencia a la entrevista (Gavrus, 2014d).

⁷ A partir de ahora cada vez que Megarrel, Nerea-Chan, Núria-Chan, Yeray, Q. Wammy o Mery-Chan

pequeños, veían series de animación japonesa en TV3 y afirman que es lo que les despertó el interés para adentrarse en este mundo.

Tanto Carles Fernández como Anjhara Gómez Aragón distinguen tres generaciones de *otakus* españoles: una que surgió alrededor de los años 1970 con Mazingher Z y Heidi, que ahora tienen unos 40 años; una segunda generación de entre 25 y 30 años, que apareció con Bola de Drac; y una tercera, que tiene menos de 20 años, llamada la generación Naruto por el *manga-anime* que siguen (Fernández 2007:169; Gómez 2012:60). No obstante, la autora de esta investigación no comparte la misma opinión. Ésta piensa como Alfons Moliné que, igual que otros autores,⁸ sostiene que la emisión de la animación Bola de Drac y la posterior publicación del manga homónimo han sido la principal influencia en la creación de dicha identidad. Teniendo en cuenta esta información, la supuesta primera generación de los años 1970 es precursora y, aunque seguramente haya tenido su importancia, se prefiere considerar que sólo ha habido dos generaciones, coincidiendo justamente la primera con el *manga-anime* antes mencionado y la segunda con la serie Naruto.

Sin embargo, hay una clara incisión entre estas generaciones. Los primeros *otakus* lo han tenido más difícil, tanto en cuanto a la aceptación, como recuerdan Carles Fernández (2007:156) y Anjhara Gómez Aragón (2012:61-62) cuando hablan de las campañas en contra de la exclusión y del ataque social, como por los medios para obtener manga, anime o cualquier producto relacionado. Todos los entrevistados han coincidido en decir que hoy día los *otakus* son más tolerados, tanto porque la sociedad es más abierta, como afirma Jaume Martínez,⁹ como porque el Salón del Manga y la comercialización de artículos vinculados lo han ido normalizando, como puntualiza Allende Espinoza.¹⁰ Con la nueva generación la afición ha tomado un nuevo rumbo, prueba de ello es la cantidad de eventos organizados, especialmente a partir del año 2007,¹¹ y se interesa más por la cultura nipona, aprendiendo japonés y deseando viajar a Japón. La Encuestada 11¹² se muestra muy

aporten información ya no se hará referencia a las conversaciones online (Gavrus, 2014e).

⁸ Dani Madrid y Guillermo Martínez afirman que «TV3 va ser pionera en la traducció i adaptació dels guions del japonès. A partir d'aquestes emissions va ser quan es van produir els primers flirtejos a Espanya entre les editorials i el *manga*» (2010:59) y Sebastià Roig considera que el verdadero éxito se ha conseguido con la publicación del *manga* de Akira Toriyama en que estaba basada la serie *anime* Bola de Drac el año 1992 por Planeta DeAgostini (Roig 2000:219).

⁹ A partir de ahora cada vez que Jaume Martínez aporte información ya no se hará referencia a la entrevista (Gavrus, 2014c).

¹⁰ A partir de ahora cada vez que Allende Espinoza aporte información ya no se hará referencia a la entrevista (Gavrus, 2014a).

¹¹ El año 2007 surge el Otakhrismas, un evento organizado por la Asociación Juvenil Brigada SOS en el Casal de Joves de la Guineueta de Barcelona y se presenta como una oportunidad para vivir una Navidad más original donde «podrás cantar y pasarlo bien con nuestras actividades, reunirte con tu “familia” friki y comer cosas ricas» (Otakhrismas: <http://otakhrismas.blogspot.com.es/>). Japan Weekend, patrocinado por Jointo Entertainment, aparece el año 2008 en ciudades como Barcelona, Madrid, Granada y Valencia; (Japan Weekend Barcelona: <http://www.japanweekend.net/barcelona/>), mientras que la Gira ExpOtaku nació el año 2010 fue promovida por diferentes asociaciones nacionales organizadas por la plataforma Organizadores de Eventos (ODE) y el año 2013 se celebró en Sabadell, La Coruña, Zaragoza, Almería, Tarragona, Gijón y Barcelona (ExpOtaku Barcelona: <http://www.expotaku.com/>).

¹² Todas las personas que han contestado las preguntas abiertas recogidas en la encuesta reciben el nombre de Encuestado/a y un número correlativo 1, 2, 3... siguiendo el orden de respuesta.

contundente al describir las dos generaciones remarcando sobretodo este gusto en aumento por todo lo japonés en contra de la simple fascinación por el *manga* y el *anime*, describiendo a los otakus de la “nueva escuela”, como ella nombra a esta segunda generación, de la siguiente manera: «van de list@s y sobrad@s, imponiendo sus normas que sacan de la nada, tales como “si no has visto tal anime o no has leído tal *manga* no eres *otaku*”, “si no sabes hablar japonés no eres *otaku*” e infinidad de tonterías más que se resumen en que si no eres como ell@s dictan, ni cumples sus reglas o normas, no puedes ser *otaku*».

De cómo se reafirman los otaku

Los salones (fig.1) son, junto con la zona de Arco de Triunfo,¹³ los puntos focales de reunión y de realización de actividades para los *otakus*. El más concurrido, tanto por estos como por otras personas interesadas en el tema, es el Salón del Manga que cuenta con cada vez más gente y a él acuden tanto jóvenes, como adultos o padres con hijos. Allende Espinoza informa que no se asiste a estos acontecimientos sólo para comprar, sino que, principalmente, se busca la diversión y conocer a gente nueva del gremio. Entre la oferta de este tipo de eventos se encuentran diferentes concursos, conferencias, talleres (de cocina, *o-bento*¹⁴ *amigurumi*, *origami*) (fig. 2) o tiendas de venta de *manga* o productos relacionados, de la que los otakus participan con gran devoción. Las otras congregaciones (Japan Weekend, ExpOtaku, Otakhristmas) son menos conocidas para el resto de la sociedad y por esta razón aquí acostumbran a agruparse sólo los *otakus*. Son recintos más pequeños pero que disponen de la misma oferta que el famoso Salón del Manga, con la diferencia que estos son regentados, en la gran mayoría, por los mismos *otakus* y los productos suelen ser manufacturados: figuras de *amigurumi*, bisutería, copias de dibujos hechos a mano, etc.

Estas reuniones son también una ocasión para exhibirse, tanto para los que sólo posan para que sean fotografiados, como para los que concursan en competiciones de *cosplay*.¹⁵ Sin embargo, no todos los que acuden practican el arte de disfrazarse y, en este caso, se valen de pequeños detalles o accesorios. De hecho, la mayoría de los otakus visten sin destacar demasiado del resto de los jóvenes, tal y como describe el entrevistado Megarrel, que, según la temporada, o bien viste con una chaqueta de piel negra y camisetas de grupos de rock, o bien con camisas de manga corta con flores de colores. Según él, ser *otaku* es un sentimiento y no un estilo concreto. Aun así, se pueden distinguir dos tendencias diferentes, especialmente entre el sexo femenino: el estilo Lolita y el *Gyaru*. En el primer caso se trata de vestidos cortos inspirados en la época victoriana francesa.

¹³ La zona de Arco de Triunfo es el lugar de reunión de los otakus porque ha sido punto principal, desde el principio, de oferta de productos. Es el sitio donde más tiendas relacionadas había y donde se abren cada vez más, como por ejemplo Norma Comics, especializada en el *manga*, o Madame Chocolat, en donde se vende ropa del estilo Lolita.

¹⁴ Como preparar la fiambrera al estilo japonés.

¹⁵ Contracción de *costum play*. Designa el fenómeno surgido en torno al *manga*, al *anime* y a los videojuegos que «lleva a fans de todo el mundo a vestirse como sus personajes favoritos» (Gobbi 2009:76). La inversión de los papeles en el *cosplay*, vistiendo como un personaje del sexo contrario, recibe el nombre de *crossplay*.



Fig. 1. Otakus en el Saló del Manga de Barcelona (2013). Imagen de la autora.



Fig. 2. Taller de o-bento en el Saló del Manga de Barcelona (2013). Imagen de la autora.

Carles Fernández discierne entre el estilo Lolita Complex, caracterizado por el uso de faldas cortas y medias largas, y el Gothic Lolita «capitanejades de nou per unes noies joves que barregen la seva condició femenina d'icona sexual amb l'estètica goth i els vestits romàntics d'origen francès» (Fernández 2007:150). El *Gyaru* se califica por seguir diferentes modas de Japón y una manera de enterarse de cómo vestir es asistiendo a los stands (fig. 3) de los salones como Japan Weekend o ExpOtaku.

Un caso especial es el *cosplay* que, considerado como la seña característica de los otakus, se luce especialmente en las «quedadas» y en los salones.¹⁶ Éstos se esfuerzan por parecerse el máximo posible a sus personajes preferidos y esta demostración puede ser individual (fig. 4) o en grupo (*cosplay grupal*); de un personaje del mismo sexo o del opuesto (*crossplay*); de una serie de *manga*, *anime* o, incluso, de videojuegos. Las razones que impulsan la elección de un *cosplay* pueden ser: el deseo de encarnar al personaje

¹⁶ Un 63% de los encuestados no hacen nunca *cosplay*, mientras que un 37% sólo lo hacen en los Salones.



Fig. 3. Stand informativo sobre el estilismo gyaru en el Japan Weekend de Barcelona (2014). Imagen de la autora.



Fig. 4. Cosplay individual en el Salón del Manga de Barcelona (2013). Imagen de la autora.

favorito, o en concordancia con la personalidad de quien lo imitará, así como para que la gente los consideren una estrella y se hagan fotos con ellos como si fueran la encarnación de lo ficticio. Otra razón es, según el Encuestado 3, «por las risas. Los salones son mejores con cosplay».

En el Salón del Manga se organizan dos competiciones: el Concurso de Cosplay del Salón del Manga de Barcelona¹⁷ y Concurso World Cosplay Summit.¹⁸ El premio del Concurso del Salón del Manga de Barcelona es la posibilidad de participar en otras dos competiciones a nivel europeo: European Cosplay Gathering de París y EuroCosplay de Londres. Por otro lado, el World Cosplay Summit (fig. 5) se celebra a nivel mundial y los ganadores participaran en la gran final de la ciudad de Nagoya, en Japón, donde se quedarán durante una semana para actuar en la Desfilada, en el Campeonato de Cosplay y también para presentarse delante de los medios de comunicación nipones. Carles Fernández informa que el World Cosplay Summit «reuneix cosplayers (finalistes de concursos en els seus respectius països) d'Alemanya, Brasil, Xina, Espanya, Estats Units, França, Itàlia, Japó, Mèxic, Singapur i Tailàndia» (2007:145). Igor Gobbi resalta el hecho que aunque ser un

¹⁷ Sólo se aceptan un máximo de 40 participantes y estos pueden presentarse en solitario o en grupo (máximo 10 integrantes). Se exige, entre otros, que los disfraces sean hechos a mano y estén inspirados en personajes de *manga*, *anime*, *tokusatsu* o videojuegos, ya sean estos japoneses o de otros países; así como de *j-music*. Aunque existe la posibilidad de utilizar accesorios o partes prefabricadas, éstas deben sufrir modificaciones evidentes (Bases Concurso de Cosplay del XIX Salón del Manga de Barcelona 2013: <http://manga-xix.ficom.com/CONCURSOS/default.cfm/ID/7902/T/bases-concurso-cosplay-xix-salon-manga-barcelona.htm>).

¹⁸ Organizado por Ficom en colaboración con WCS Inc. (World Cosplay Summit Executive Committee). La participación se realiza por parejas, con un total de 40, y los disfraces deben hacer referencia sólo a *anime*, *manga*, videojuegos y *tokusatsu* japoneses y, como siempre, han de ser hechas a mano por los concursantes (Bases del Concurso World Cosplay Summit del XIX Salón del Manga de Barcelona 2013: <http://manga-xix.ficom.com/CONCURSOS/default.cfm/ID/7899/T/bases-concurso-world-cosplay-summit-xix-salon-manga-barcelona.htm>).

cosplayer internacional no siempre significa ganar grandes premios en metálico, sí que estos son tratados «como verdaderos divos, firman autógrafos y conceden entrevistas, tienen páginas web dedicadas a ellos y contestan a las cartas de sus fans, conocen a grandes personajes como los *mangakas*¹⁹ que han creado las historias más bellas y exitosas que existen». Por lo tanto, para ellos «no es un trabajo, es una pasión vivida a la enésima potencia» (Gobbi 2010:49-51).



Fig. 5. Actuación de cosplay en el Concurso World Cosplay Summit en el Salón del Manga de Barcelona

En el Japan Weekend se ofrecen también dos concursos: el Concurso de *cosplay* purista²⁰ (fig. 6) y el Concurso de *cosplay* normal.²¹ En el primero el jurado valora en un 60% la confección y la fidelidad del vestido respecto al personaje que se imita, y en un 40% la actuación. Como en los concursos anteriormente expuestos, el disfraz y los complementos deben ser íntegramente elaborados por los participantes, y los complementos prefabricados modificados. En el segundo, por el contrario, el jurado valora un 60% la actuación y un 40% la confección y la fidelidad del traje. Encarnar el personaje es de suma importancia y las intervenciones recuerdan a pequeños fragmentos de una obra teatral: a través de la puesta en escena se debe representar una secuencia en concreto de un *anime*, *manga* o videojuego.

¹⁹ Dibujante de *manga*.

²⁰ Hay 20 plazas y las actuaciones deben durar un máximo de tres minutos para los grupos y dos para las actuaciones individuales. Los premios de este concurso son: un trofeo y sumas de 200, 100 o 75 euros, para el primero, segundo y tercer premio, respectivamente (Bases del Concurso de *cosplay* purista del VI Japan Weekend Barcelona 2014: <http://www.japanweekend.net/barcelona/?q=node/13>).

²¹ Los premios de este concurso son: un trofeo y sumas de 100, 75 o 50 euros para el primero, segundo y tercer premio, respectivamente (Bases del Concurso de *cosplay* normal del VI Japan Weekend Barcelona 2014: <http://www.japanweekend.net/barcelona/?q=node/13>).



Fig. 6. Entrega de premios en el Concurso de Cosplay Purista del Japan Weekend de Barcelona (2014). Imagen de la autora.

Por otro lado, la oferta musical destinada a los *otakus* toma diversas formas: desde la *j-music*²² en todas sus representaciones; el *k-pop*,²³ que está ganando terreno con fuerza o el *j-anime* o *anison*,²⁴ que juega un papel importante en la aparición de las *idols*²⁵ en Barcelona. Una nueva propuesta en pleno crecimiento y que cada vez disfruta de más público interesado son los conciertos virtuales²⁶ en los que personajes creados por ordenador y con la voz modificada con el programa Vocaloid exaltan a los espectadores como si fuera un concierto de verdad. El grupo que presenta esta novedad está formado por unos adolescentes *otakus* que quieren transmitir un mensaje e informan que si los cantantes

²² Perteneciente a la *J-Culture* o *J-ENT!*, la “j” representa toda la producción artística de Japón: «el fenomen “j” s’expressa al cinema (*j-cinema*, *j-horror*), a la televisió (*j-drama*) i en el món de la música (*j-pop*, *j-jazz*, *j-blues*, *j-hiphop*, etc.)» (Madrid ; Martínez 2010:65).

²³ Música producida en Corea. Por extensión, todos los estilos y productos coreanos empiezan por la letra “k” (*k-music*, *k-rock*, *k-pop*) para distinguirse de la producción japonesa.

²⁴ Mezcla de *anime* y song provenientes del inglés. «De la majoria de sèries d’animació i OVA en sol sortir una banda sonora que inclou, a més dels dos temes principals, el d’obertura i tancament, d’altres que han aparegut dins l’*anime* i fragments de diàleg» (Madrid ; Martínez 2010:71).

²⁵ En Barcelona las *idols* son cantantes, acostumbradamente del sexo femenino, que se dan a conocer en los concursos de karaoke, que llegan a tener su propio grupo de fans y que dan conciertos en los diferentes salones.

²⁶ Món Otaku Sabadell (<https://www.facebook.com/monotakusabadell>) presentan esta alternativa al Centre Cívic Merinals de Sabadell.

son virtuales es porque quieren demostrar que es posible crear música sin utilizar la voz humana y transmitir igualmente un mensaje en contra de la homofobia, la violencia de género, el *bullying* e incluso sobre problemas concernientes al amor o al desamor.²⁷ Con la música aparecen también los bailes *Para-Para*²⁸ y el karaoke, dos actividades importadas desde Japón y que cada vez son más comunes en los salones. En cuanto a los karaokes se tienen sentimientos dispares:²⁹ algunos disfrutan de la actividad junto a los amigos; otros sienten vergüenza al participar y hay a quienes no les gustan porque se presentan bajo un formato diferente a los nipones.³⁰ Hay dos tipos de concursos relacionados con la música: el Anime Song Contest,³¹ organizado en el Salón del Manga de Barcelona y los concursos de karaoke³² de Japan Weekend o ExpOtaku. El premio del primero es la posibilidad de debutar profesionalmente, tanto a nivel nacional como en Japón, o de grabar un videoclip con la empresa nipona Yowu Entertainment; mientras que los otros ofrecen la oportunidad de convertirse en *idol*.

De cómo se definen los otakus

Teniendo en cuenta las definiciones conseguidas a través de las entrevistas y a través de la encuesta, lo primero que se observa es que el *manga*, el *anime* y la cultura japonesa parecen ser el hilo conductor para definir quiénes son los *otakus*. No obstante, la definición resulta demasiado simplista, puesto que no todos estos fans se reivindican como *otakus*. Un ejemplo es Jaume Martínez, que estudia japonés, practica kendo, ve *anime* y lee *manga*, pero no se manifiesta como componente del grupo. En su opinión, la diferencia principal entre éstos y él radica en el hecho que: «molta gent com a hobbie pot mirar o llegir alguna sèrie de *manga*, *anime*, o fins i tot alguns videojocs, però jo crec que el que trenca la barrera d'*otaku* és el moment en el què surts al carrer vestit amb una perruca de color blau [risas]. Potser és una de les millors definicions».

Numerosos fans *manga-anime* rehúyen pertenecer al movimiento justamente porque consideran que los *otakus* son personas que, aunque compartan la misma afición, la

²⁷ Entrevista Jornadas Otaku Sabadell, 16/07/13 a Up! Magazine: <http://upartmedia.blogspot.com.es/search/label/Entrevistas>.

²⁸ En casi todos los salones hay un pequeño concurso o representación de este tipo de baile y los participantes pueden llegar a tener la misma fama que las *idol*.

²⁹ De los encuestados, sólo un 26% participan en karaokes, mientras que el 74% nunca lo hacen.

³⁰ El Encuestado 3 informa que en Japón los karaokes son en salas cerradas y no en escenarios abiertos al público, como es el caso de los salones.

³¹ Las condiciones para participar son: cantar en japonés canciones preferiblemente de *anime* o de videojuegos nipones, durante cinco minutos aproximadamente. Los grupos no pueden tener más de cinco componentes, bien sea contando los cantantes, los músicos, el coro, los bailarines, etc. El ganador se decide en el Salón del Manga de Barcelona (Bases concurso Anime Song Contest del XIX Salón del Manga de Barcelona: <http://manga-xix.ficom.com/CONCURSOS/default.cfm/ID/7923/T/concurso-anime-song-contest.htm>).

³² Las normas de estos concursos son parecidas a las del Anime Song Contest: pueden haber actuaciones individuales o en grupos de entre dos y seis personas, las canciones han de ser de series *anime*, videojuegos o grupos nipones (*j-music*) y siempre se cantan en japonés (Bases concurso karaoke del VI Japan Weekend: <http://www.japanweekend.net/barcelona/?q=node/12>).

llevan al extremo. La obsesión se demuestra, según el interlocutor anteriormente citado, con una peluca azul llevada por la calle, o simplemente pasándose horas y horas leyendo *manga* o viendo *anime*, como se puede deducir de las confesiones de los Encuestados 12 y 15: «soy *otaku* hasta la médula. Soy un amante del *manga* y el *anime* hasta tal punto que sigo actualmente quince series distintas» (Encuestado 15); «me gusta el *manga* y la cultura japonesa, y así como con mis otros hobbies, cuando me pongo a leer me puedo pasar horas sin salir del bucle, se convierte en una obsesión» (Encuestada 12).

Existen otras dos razones que provocan en los otakus la necesidad de reflexionar sobre ellos mismos, sobre quiénes son y quiénes no:³³ el conocimiento del significado original de la palabra *otaku* en el país nipón³⁴ y el desgaste de la afición. La Encuestada 9 nos avanza que «para dejar de serlo (*otaku*) has de ir a Japón y ver *otakus* auténticos por las calles de Akihabara»³⁵ y nos acerca a lo que el vocablo verdaderamente expresa en Japón: «se define a aquella persona que debido a la presión de la sociedad se encierra en sí mismo y vive por y para el *manga*, juegos, etc. Que te guste el *anime*, *manga* o lo que sea no significa que seas *otaku*. El *kanji*³⁶ viene de “cerrar” y “casa”. Algunos prefieren evitar la etiqueta, pero Megarrel piensa que si no encajas en una, la sociedad ya se encarga de ponerte otra. Esto provoca a que muchos se quejen del mal concepto que se tiene, tanto de la palabra en sí, como de ellos mismos encarnando este nombre, y, como ellos, la Encuestada 11 desea poder «disfrutar viendo anime, leyendo manga, conocer la cultura oriental, costumbres, gastronomía, arquitectura... y sobre todo tener conversaciones amenas sin ser encasillad@s ni tachad@s de nada y tener una relación normal con el resto de gente sin que nos miren como si fuésemos bichos raros».

El desgaste de la afición se observa entre los jóvenes que, con el paso del tiempo, dejan de interesarse por el *manga* y el *anime* para tener otras aficiones. Este es el caso de Diego López y de otros chicos y chicas que han contestado la encuesta. No obstante, hay muchos *otakus*³⁷ que, como Allende Espinoza y Joan González, piensan seguir, siempre que les sea posible, leyendo *manga* y viendo *anime*.

Del interés, entusiasmo y espíritu participativo de los propios otakus nacen también las grandes estrellas, como las *idol* o los grupos de *Para-Para*, así como los *cosplayers* que, además, tienen la oportunidad de competir a nivel europeo y mundial con otros homólogos, sin olvidar todos los que se reúnen en asociaciones juveniles y organizan eventos, los que gestionan páginas web y foros o los que crean clubs de fans. De este modo, ser *otaku* deja

³³ Un 33% de los encuestados afirman no considerarse otakus en la actualidad y, de estos, sólo un 4% nunca lo ha sido.

³⁴ En el argot japonés actual *otaku* significa fan de cualquier tema en general (Menkes 2012:52). Carles Fernández considera que muchas veces esta palabra se asimila al frikismo, término que engloba a «tota persona que té una afició obsessiva per qualsevol tema, més enllà del manga, que pot portar a tenir comportaments singulars i “rars”» (2007:137-138). Mario Javier Bogarín Quintana afirma que en Japón el concepto que se tienen de un *otaku* es la de «un joven desaliñado, con serias dificultades para comunicarse y sin ninguna suerte romántica con las mujeres, quienes le considerarán, en óptimo de los casos, una especie de hermanito menor o confidente inofensivo, un personaje estereotipado herencia de la tipología nerd immortalizada por Hollywood» (2011:73).

³⁵ Barrio de Tokio especializado en la venta de productos tecnológicos, así como de productos relacionados con los dibujos animados, los videojuegos y cualquier otro derivado del *manga* (Koyama-Richard 2008:238).

³⁶ Sinograma utilizado en la escritura de la lengua japonesa.

³⁷ Un 40% de los encuestados piensan que nunca dejarán de considerarse *otaku*; un 24% no lo tiene claro; un 6% cree que sí que dejarán algún día de serlo; mientras que un 20% ya no lo son.

de estar relacionado solamente con una simple afición para dar lugar, por un lado, a la posibilidad de ostentar un renombre dentro del grupo, ser reconocido y querido por los fans, y por otro, poder seguir y gozar de los ídolos surgidos de los salones que son mucho más cercanos y accesibles que los japoneses.

Siguiendo a la antropóloga Martine Segalen, los *otakus* podrían configurar una comunidad que se reúne para practicar ritos: «los rituales contemporáneos, algunos de los cuales están viviendo una expansión notable, los derivados del deporte, de la política, de la empresa, e incluso de la vida privada, tienen algunas características que los convierten en acontecimientos de su época.» (Segalen 2005:169). La autora considera que el rito se caracteriza por tener una configuración espacio-temporal; por recurrir a diferentes objetos, sistemas de comportamiento y de lenguaje específicos; así como por unos símbolos emblemáticos (Segalen 2005:30). Si analizamos esta definición, podemos concluir que los *otakus* disponen de un espacio: los salones o la zona de Arco de Triunfo de Barcelona, y de una periodicidad: los días en los que se organizan estos reencuentros, tanto del movimiento entero como de pequeños grupos. Recurren a diferentes objetos, como los *manga*, las chapas, o los accesorios, y se presentan sistemas de comportamiento y de lenguaje. Los *otakus*, en las reuniones, se muestran como miembros pertenecientes a una comunidad que presenta fenómenos de identidad colectiva y comparten símbolos conocidos por todos los integrantes. Así, podríamos considerar los salones y la zona de Arco de Triunfo como los lugares donde se realizan los ritos, y el *cosplay*, el hecho de imitar a los personajes ficticios, entrar en su piel, como un comportamiento ritual.

Dicha antropóloga afirma también que los ritos y los rituales contemporáneos son más una necesidad de los hombres para demostrar su virilidad a través de las diferentes competiciones: «cuanto más se acentúan los valores y los símbolos de la masculinidad, más tiende una actividad hacia el ritual y la codificación y más excluidas están las mujeres» (Segalen 2005:100). No obstante, en las competiciones *otaku* representadas por los concursos de *cosplay*, de dibujo *manga*, musicales y de karaoke, etc., las chicas juegan un papel mucho más activo que los chicos.³⁸ Por consiguiente, se podría interpretar que las relaciones de género en este caso se transforman, e incluso se intercambian, con la intromisión de las mujeres en los rituales hasta ahora identificados como masculinos.

Según Arnold van Gennep, recogido por Martine Segalen, los episodios rituales se dividen en tres fases: separación, margen y agregación (Segalen 2005:46). En el caso de los *otakus*, la separación se da en el momento en el que estos se disfrazan y se diferencian así del resto de la sociedad; el margen representa el momento en el que se agrupan en su propio mundo; mientras que con la agregación estos vuelven a las rutinas cotidianas, pero diferenciándose de los otros jóvenes por el hecho de necesitar el ritual periódicamente, confirmando de nuevo su identidad. Segalen recoge también las palabras de Pierre Bourdieu que presenta los ritos de paso como ritos de institución, de santificación y de sanción. En el caso de los *otakus*, sólo se dan los ritos de institución y santificación,

³⁸ Tanto Carles Fernández como Paul Gravett han remarcado el gran protagonismo de las chicas en las diferentes actividades organizadas para los *otakus*. Gravett constata que «en los medios de comunicación, los más llamativos dentro de la comunidad otaku de Comiket son los aproximadamente diez mil *cosplayers*, o fans que se disfrazan y posan como sus personajes favoritos de manga. Cuatro de cada cinco son mujeres» (2004:135).

no habiendo ningún ritual de sanción hacia los que presentan actitudes incorrectas. Los primeros ritos se ejemplificarían con los concursos de *cosplay*, en los cuales, los ganadores, instituidos por el jurado y los espectadores, deben dejar su personalidad anterior para volverse representantes de toda la comunidad *otaku* de Barcelona en las otras competiciones internacionales. Hay, sin embargo, una diferencia entre los rituales descritos por van Genneep y Bourdieu y los practicados por los *otakus*: el hecho que puedan participar los *no-otakus*, por lo que no se pueden considerar ritos estándar que cumplan con los patrones presentados por los dos antropólogos.

Carles Feixa opina que todas las comunidades juveniles tienen un estilo propio y que «el estilo puede definirse como la manifestación simbólica de las culturas juveniles e inmateriales, que los jóvenes consideran representativas de su identidad como grupo» (2006:118) y presenta como elementos específicos: el lenguaje o argot, la música, la estética, las producciones culturales y las actividades focales. Si seguimos estos preceptos comprobamos que los *otakus* aparentemente cumplen con estos requisitos.

Aunque el movimiento *otaku* no presenta un argot diferencial, sí que muchos estudian japonés³⁹ y utilizan palabras en esta lengua para saludarse, dar las gracias, expresar sentimientos, etc. También utilizan frases estereotipadas de ciertos *manga/anime* o personajes en particular que conocen y comparten todos los seguidores de estas series. La música y el estilo, casi siempre importados del país nipón crean una seña de identidad propia; sin contar con el *cosplay* que ha llegado a ser la marca principal de los *otakus* y lo que los diferencia de los otros grupos. Los salones organizados son los puntos de reunión y de expresión, donde dan alas a la creatividad para producir artículos manufacturados o actividades de diferente índole.

No obstante, aunque los *otakus* puedan constituir una comunidad juvenil, ésta es heterogénea, puesto que tienen cabida tanto los más extremos como los más *light*; tanto los que participan activamente como las *idol*, los bailarines de *Para-Para* y los participantes en los concursos de *cosplay*, como los que simplemente disfrutan del *manga* y el *anime*.

Conclusiones

En consecuencia, observamos que no es suficiente tener puntos en común, como en este caso el *manga*, el *anime* y la cultura japonesa, sino que todavía se necesitan dos formalidades más: querer pertenecer al grupo y mostrarse como tal. Muchos jóvenes coinciden en gustos con los *otakus*, pero la diferencia entre unos y otros radica justamente en la voluntad o no de formar parte de la comunidad. La Encuestada 19 afirma: «supongo que el primer paso es aceptarlo y yo aún no lo he hecho XD. Ya me he aceptado como friky, heavy, rara y esas cosas. Supongo que me falta este paso. Aunque sí, hago las mismas actividades que los *otakus*, veo las mismas series, escucho la misma música y juego a los mismos juegos...

³⁹ Un 20% de los jóvenes encuestados están estudiando el idioma japonés y, de estos, un 16% lo hacen para poder ver *anime* y leer *manga* en versión original. El 32% porque quieren viajar a Japón y otro 32% porque les resulta interesante. Por otro lado, a un 28% de los encuestados les gustaría trabajar en algo relacionado con Japón o en el país nipón mismo. Otros prefieren sólo pasar alguna temporada para aprender más sobre la cultura o sólo para visitar y conocer el país.

y ¡ya estoy en un foro de *otakus*! Mmmm, quizás en un par de meses te digo que sí :P». El siguiente paso, después de la aceptación, es la demostración. Ésta se puede realizar de diferentes maneras: con pequeños accesorios; a través de algún estilo relacionado, como el Lolita o el *Gyaru*; o acudiendo y participando en las diferentes «quedadas» o salones. Por consiguiente, es importante querer entrar, sentirse identificado y disfrutar de las actividades junto con otros chicos y chicas con los mismos gustos.

Los *otakus* tampoco conforman una comunidad estable, ni permanente. Por estas razones se considera que hablar de una comunidad sería ilusorio, utilizando la crítica de Marc Augé sobre este tipo de agrupaciones: «englobar bajo un mismo término a individuos que tienen algo “en común” es crear una entidad ilusoria, tomar los propios deseos o temores por realidades, postular que un conjunto de relaciones cuya existencia se supone constituyen un vínculo, un vínculo fuerte aunque indeterminado» (2010:20). En este caso sería más adecuado hablar de una comunidad efímera, por el hecho de no configurarse siempre sino sólo en ciertos períodos de tiempo e, incluso, de una comunidad dispersa, por no tener sitios fijos de convivencia y por reunirse sólo durante un período de tiempo limitado. En conclusión, se puede afirmar que los *otakus* conforman una comunidad heterogénea, dispersa y efímera, que se configura al ritmo de las «quedadas» y de los salones y que practica ritos y rituales contemporáneos con los que enfatizan su propia identidad.

Los entrevistados coincidieron en divisar un futuro para los *otakus*. Allende Espinoza y Joan González tienen intención de transmitir la afición a su descendencia y sueñan con que éstos puedan representar una futura generación. Diego López cree que la comunidad se verá como algo normal, mientras que Jaume Martínez, considera que, a pesar del inminente aumento en cuanto a número, no cambiará apenas respecto a lo que es ahora: «el futur serà igual que el present, jo crec. No és que vagi a menys en quant a número, però tampoc que vagi a més en quant a quantitat d'activitats. Jo crec que han fet tope». ¿Cuál será su destino? ¡Quién sabe! Lo cierto es que de una generación a otra todo ha adquirido un nuevo rumbo: se han multiplicado los salones, las actividades, ha crecido el interés por todo lo japonés y han surgido nuevas maneras de entretenimiento. Cada vez más dejan de ser vistos como individualistas y reclusos en casa para conquistar la calle, y cada vez son más aceptados por la sociedad.

Llegados a este punto cabe plantearse nuevos caminos a seguir dentro del área de la antropología que evalúen esta comunidad no solo como un fenómeno sino como materia de investigación que responda por ejemplo a: cuál es la relación entre la realidad y la ficción de este colectivo, qué impacto tiene sentirse otaku sobre sus relaciones sociales, familiares, laborales, así como qué papel juegan las chicas dentro de la comunidad y qué les hace ser más participativas que los chicos. Estas podrían ser algunas de las cuestiones a considerar en futuros estudios sobre esta comunidad en Cataluña y España.

FUENTES DOCUMENTALES

Gavrus, A. (2014a), «Entrevista a Allende Espinoza», 18 de marzo de 2014 (Archivo Gavrus).

Gavrus, A. (2014b), «Entrevista a Diego López», 18 de marzo de 2014 (Archivo Gavrus).

Gavrus, A. (2014c), «Entrevista a Jaume Martínez», 21 de marzo de 2014 (Archivo Gavrus).

Gavrus, A. (2014d), «Entrevista a Joan González», 30 de marzo de 2014 (archivo Gavrus)

Gavrus, A. (2014e), «Conversaciones online con Nerea-Chan, Mery Chan, Núria-Chan, Yeray, Q.Wammy y Megarrel», abril de 2014 (archivo Gavrus)

Gavrus, A. (2014f), «Encuesta *otakus* online», noviembre 2013-marzo 2014 (Archivo Gavrus).

BIBLIOGRAFÍA

Augé, M. (2010), *La comunidad ilusoria*, (trad. Enric Berenguer), Barcelona, Gedisa Editorial.

Berndt, J. (1996), *El fenómeno manga*, (trad. J. A. Bravo), Barcelona, Ediciones Martínez Roca.

Bogarín Quintana, M. J. (2011), «Kawaii. Aproximación de objetos en el fanático de manga y anime», *Culturales*, Vol. II, núm. 13, p. 63-84.

Feixa, C. (2006), *De jóvenes, bandas y tribus*, Barcelona, Editorial Ariel.

Fernández, C. (2007), *Televisió i Internet: identitat, subcultura juvenil i globalització: anàlisi de la comunitat virtual de joves adolescents formada entorn als continguts manga del programa 3XL. NET de la Televisió de Catalunya*, Barcelona, UOC, Internet Interdisciplinary Institute (IN3), Societat de la informació i el coneixement.

Gobbi, I. (2009), *Diccionario de Manga*, Palma de Mallorca, Asociación Cultural del Cómic (Japonés), Dolmen Editorial.

Gobbi, I. (2010), *Cosplay: el arte de disfrazarse*, Palma de Mallorca, Asociación Cultural del Cómic (Japonés), Dolmen Editorial.

Gómez Aragón, A. (2012), «Otakus y Cosplayers. El reconocimiento social del universo manga en España», *Puertas a la lectura*, Universidad de Extremadura, núm. 24, p. 58-70.

Gravett, P. (2004), *Manga: la era del nuevo cómic*, (trad. Elena María Feito y Sergio Carvajal), Madrid, H Kliczkowski–Onlybook.

- Ilya (2007), *El gran libro del manga*, (trad. F. Javier Lorente), Barcelona, Malsinet Editor.
- Koyama-Richard, B. (2008), *Mil años de manga*, (trad. Maria Enguix Tercero), Barcelona, Electa.
- Madrid, D.; Martínez, G. (2010), *El manga i l'animació japonesa*, Barcelona, Editorial UOC.
- Meca, A. M. (2008), «Los mangas: una simbología gráfica muy particular», *De los superhéroes al manga: el lenguaje en los comics*, Barcelona, Universitat de Barcelona.
- Menkes, D. (2012), «La cultura juvenil otaku: expresión de la posmodernidad», *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10 (1), p. 51-62.
- Moliné, A. (2002), *El gran libro de los manga*, Barcelona, Glénat.
- Roig, S. (2000), *Les generacions del còmic: de la família Ulises als Manga*, Barcelona, Flor del Vent Edicions.
- Segalen, M. (2005), *Ritos y rituales contemporáneos*, (trad. Alicia Martorell Linares), Madrid, Alianza Editorial.

RECURSOS WEB

- VI JAPAN WEEKEND BARCELONA: <http://www.japanweekend.net/web/>, diciembre 2013, enero y marzo 2014.
- XIX SALÓ DEL MANGA: <http://www.ficomix.com/>, 28/10-3/11 2013, enero 2014.
- EXPOTAKU BARCELONA: <http://www.expotaku.com/>, diciembre 2013.
- MÓN OTAKU SABADELL: https://www.facebook.com/monotakusabadell?hc_location=timeline, 11/12-15/12 2013
- OTAKHRISTMAS 6: <http://otakhrismas.blogspot.com.es/>, 20-28/12/2013.
- UP! MAGAZINE. Cultura y ocio al alcance de tu mano, *Concierto Vocaloid, Sabadell 23 y 24 de julio de 2013*, 1 de agosto de 2013: <http://upartmedia.blogspot.com.es/2013/08/concierto-vocaloid-sabadell-23-y-24-de.html>, 10/03/2014.

