



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Más allá del mundo feliz del fin de semana: cosplay en la Argentina

Autores (en el caso de tesis y directores):

Gerardo Ariel Del Vigo

Noelia Analía Carpenzano

Libertad Borda, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2014

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Más allá del mundo feliz del fin de semana: cosplay en la Argentina



TESINA DE GRADO

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Alumnos:

Del Vigo, Gerardo Ariel

DNI: 31.679.612

Teléfono: 15-6867-2103

Mail: gadelvigo@yahoo.com.ar

Carpenzano, Noelia Analía

DNI: 30.081.609

Teléfono: 11-3087-0034/15-5957-2975

Mail: noeliacarpenzano@hotmail.com

Tutora:

Dra. Libertad Borda

Mail: libertadborda@gmail.com

AGRADECIMIENTOS

En este espacio los autores quieren recordar y agradecer a aquellas personas que por su participación y/o colaboración han resultado fundamentales para el desarrollo de esta tesina:

Gerardo quiere agradecer en primer lugar a la Dra. Libertad Borda, el giro copernicano en su carrera, por animarlo a profundizar el estudio de este campo; a Noelia Carpenzano, compañera y amiga en esta larga aventura; a Paola, por su apoyo incondicional e incansables debates sobre este trabajo.

A las gentes del mar, por la inspiración, germen y fruto de esta tesina, gracias a ellos conoció todas y cada una de las prácticas que hacen a un otaku y acuñar el concepto “Bourdieu para otakus”; a los amigos y toda la gente querida, que pusieron cada granito de arena, foto, revista, cosplay, opinión, contacto, e inclusive bibliografía para desarrollar esta investigación.

A Heero, Battosai, Diego Sato, Perla y a todo el fandom, organizadores y asistentes de los eventos, por la buena voluntad y la buena onda para abrir las puertas a este mundo y por la genial frase “escote mata armadura”; a los mozos de La Perla por tantas horas de servicio; al departamento Comunicaciones de la Dirección General de Rentas por el apoyo, a Juan Pablo Ringelheim por sus consejos.

A su familia y sus padres, Susana Méndez y Nestor Omar Del Vigo por tantos años de esfuerzos; y finalmente a todos los que creyeron en este proyecto, esta tesina también es suya.

Noelia, en primer término agradece a los otakus y cosplayers de Argentina: sin ellos, esta tesina no tendría razón de ser. A los fotógrafos, comerciantes y organizadores de las convenciones, que brindaron su tiempo, conocimientos y buena voluntad. A Leandro Lagomarsino, por su valioso aporte desde su experiencia personal como otaku argentino. A los mozos del bar La Perla de Once, por la calidez y buen servicio en las largas jornadas de trabajo.

A amigos y compañeros de la Facultad de Ciencias Sociales, del barrio, de la vida: por los fines de semana robados, por las ausencias, por las tardanzas, por los consejos, por la bibliografía, por estar. A los compañeros del subsuelo de la Municipalidad de Moreno y del Juzgado de Familia N° 7 de La Matanza, por estar siempre pendientes al desarrollo de esta investigación.

A su familia, por su apoyo en todo momento y circunstancia. A Alba Ruiz y Vicente Carpenzano, sus padres, por la enseñanza más valiosa: nunca rendirse. A Gonzalo Muñoz, por el amor incondicional.

Y finalmente a las dos personas más importantes, quienes establecieron la piedra fundamental de esta investigación. A Gerardo “Ari-chan” Del Vigo, compañero de esta inmensa alegría. Y a la Dra. Libertad Borda, gracias el voto de confianza. Infinitamente gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
Marco teórico.....	6
Metodología empleada.....	9
Estado de la cuestión	13
Objetivos e hipótesis.....	16
Desarrollo de la tesina	19
 CAPITULO 1: COSPLAY, MANGA Y ANIME EN LA ARGENTINA.....	 21
1.1 De la clandestinidad al reconocimiento.....	21
1.2. Otakus	24
1.3. Cosplay.....	25
1.4. Nos (otros)	33
1.5. Otredades.....	36
1.6. Internet mató a las revistas y a la TV.....	40
1.7. Broadcasting.....	42
1.8. Horizontalidad.....	44
1.9. Cosplay de escenario y de pasillo.....	46
1.10. Yoes.....	52
1.11. El Japón imaginado: colegialas y robots.....	56
1.12. Bellezas.....	58
1.13. La presentación de la persona en la vida cotidiana.....	60

CAPITULO 2: EL EVENTO, DIMENSIÓN OFFLINE DEL COSPLAY.....	64
2.1. Llegando al evento.....	65
2.2. Los nativos.....	69
2.3. ¿Qué hacen?	72
2.4. La mirada cosplayer de la cuestión otaku.....	78
2.5. El concurso de cosplay como centro de atención.....	81
2.6. Kamera Kozo (Chicos cámara)	83
2.7. Carnavalización.....	85
2.8. Disfraces hechos a mano.....	88
2.9. ¿Escote mata armadura?	89
2.10. Aprender de otros (aprendizaje social)	93
2.11. Convergencias.....	94
CAPITULO 3: LA DIMENSIÓN ONLINE DEL COSPLAY: FOROS, GRUPOS DE FACEBOOK.....	99
3.1. Online – Offline.....	99
3.2. Cazadores digitales.....	100
3.3. Netiquette.....	104
3.4. El conocimiento es poder: tutoriales y foros.....	111
3.5. Autoridad(es)	116
3.6. Pertenecer	119
3.7. Interdiscursividad y otredades multideterminadas.....	122

CONCLUSIONES	124
Los medios y la subcultura cosplayer: acciones y reacciones.....	124
Infoproducción y pertenencias.....	126
Cosplay como un recurso de los procesos de socialización.....	128
Feedback	129
Construcción de una identidad sobredeterminada.....	130
Capital y poder.....	132
Flujos.....	133
A posteriori.....	134
Para seguir reflexionando: la trama revela sus costuras y se reinventa cotidianamente.....	135
BIBLIOGRAFÍA.....	137
FILMOGRAFÍA.....	143
LINKS EN INTERNET.....	143
ANEXOS.....	144

INTRODUCCIÓN

La presente tesina consiste en un trabajo de investigación orientado al análisis del proceso de socialización que realiza una determinada comunidad de fans en torno a un consumo cultural y de su interacción en los planos tanto online como offline para dar cuenta de la lucha por la propia legitimación de un capital específico. Este trabajo es una de las primeras aproximaciones teórico-analíticas al campo del manga y anime japonés en Argentina, y dentro de este campo realizaremos un análisis exhaustivo sobre la práctica del cosplay. Esta práctica consiste en la representación realista de una idea o un personaje propio de la ficción, la cual conlleva la confección de los elementos y disfraces de éstos. Se lleva a cabo una representación física y dramática de un personaje de la cultura popular. Entre sus variantes se encuentran: la representación de personajes antropomorfos, personajes zoomorfos, el *cross-dressing* (travestismo), la representación de los roles de género opuestos y el carácter erótico. Sus practicantes se reconocen a sí mismos como cosplayers, y forman parte de una comunidad dentro de la subcultura otaku, nombre con el que se conoce a los fans del manga y anime. Sus representaciones e interpretaciones tienen lugar en eventos y/o convenciones de manga y anime.

El interés por indagar esta temática proviene de observar cómo las categorías bourdianas de campo y capital simbólico se presentan en la subcultura otaku. En los eventos otakus, los cosplayers, término con el que se designan a sí mismos estos fans, participan en concursos para determinar quién logra la representación más fiel de un personaje. La complementación de estos espacios con los intercambios en redes sociales digitales da cuenta también de la importancia de la comunicación mediada por computadora como base de la socialización de estos fans.

Marco teórico

Para el desarrollo de la presente tesina, nos encontramos con el desafío de construir un marco teórico que permita contemplar conceptualmente las prácticas y las interacciones de los cosplayers. Por lo tanto, debemos definir en primer lugar cómo entendemos la noción de cultura.

Con el fin de poder abarcar los procesos de construcción de identidad, en constante metamorfosis, de los cosplayers dentro de la comunidad otaku tomamos el concepto de cultura construido desde lo cotidiano a partir de lo conceptualizado por Raymond Williams, como una esfera significativa y significativa cuya virtud permite reproducir determinadas circunstancias sociales en un espacio donde se realizan intercambios. Esto afecta la manera en que los individuos piensan y dicen, satisfacen sus necesidades materiales y las formas institucionales que adquieren (1975). Asimismo consideramos a la cultura como un proceso inacabado y dinámico desde la perspectiva de Stuart Hall. Tomando a Hall, podemos afirmar que la identidad se construye dentro del discurso y a través de la diferencia, en ámbitos históricos e institucionales específicos al interior de formaciones y prácticas discursivas específicas mediante estrategias de enunciación específica (2003).

Haciendo hincapié en la diferencia como herramienta de construcción de identidad, entendemos que los otakus -y por lo tanto también los cosplayers- pertenecen a una subcultura, noción que pensamos desde la posición teórica de Dick Hebdige, quien da cuenta de las relaciones entre los miembros y cómo éstos se valen del estilo para marcar límites con otras comunidades.

Además, apelando a conceptos que propone Pierre Bourdieu como campo,

capital simbólico y capital específico del campo, nos proponemos describir y explicar la organización moral y ética de los cosplayers. Utilizamos la noción de capital simbólico del sociólogo francés tal como la referencia José Garriga Zucal (2005), al entender que el capital simbólico es percibido por los agentes del campo (en su caso, la hinchada), como una propiedad tal que le es asignada un valor que permite distinciones entre los hombres y no-hombres. Análogamente, en nuestro caso pensaremos cómo los elementos que componen al cosplay (la calidad de la performance, el trato de enseñanza-aprendizaje entre pares y la ética del “hágalo usted mismo”) contribuyen a la diferencia entre un cosplayer reconocido y un cosplayer no reconocido. Asimismo, entendemos que la comunidad establece un efecto de campo a través de dos dimensiones estrechamente vinculadas que funcionan como espacios de socialización y construcción identitaria de la comunidad otaku: lo offline y lo online. Son en estos espacios donde los saberes y conocimientos de los miembros de la comunidad se erigen como capitales específicos del mismo campo.

Al no contar con suficiente bibliografía en castellano sobre estas temáticas, recurrimos a la experiencia de Mizuko Ito y Daisuke Okabe (2011) sobre este fandom. Si bien el término “fandom” refiere a la totalidad de los fans en general, otra acepción de esta palabra delimita a una comunidad determinada a través del fanatismo por ciertos bienes culturales. En esta tesina, consideramos pertinente utilizarlo como el “fandom otaku” es decir la comunidad otaku. Ito y Okabe dan cuenta de una ética otaku y la cultura del “Hágalo usted mismo”. Estos autores manifiestan que los otakus japoneses tienen un aparato de valores morales que rigen su comunidad. Esta idea de una ética otaku nos sirve como herramienta teórica para problematizar las interacciones sociales dentro de la comunidad cosplayer argentina.

Para tomar distancia de la concepción bourdiana que considera al capital

simbólico como rasgo de un sector dominante en el espacio social, empleamos la postura teórica que proponen Grignon y Passeron (1991), quienes proponen una homologación de procesos de construcción y disputa de valores que se presentan en los estratos o grupos no dominantes. En el caso de esta tesina, nos referimos a la capacidad de los cosplayers de generar disputas por el capital específico en el campo, sin caer en miradas populistas o miserabilistas, sino que entendemos que ocurre dentro de una comunidad específica con su propio sentido del juego; ya sea considerada más o menos legítima por los medios masivos. De esta manera la comunidad cosplayer tiene sus propias herramientas para asignar valores y/o jerarquías entre sus miembros. Es decir, un proceso social similar al del capital simbólico.

Nos propusimos analizar las dos dimensiones bajo las cuales se producen intercambios simbólicos y materiales: a) los eventos de manga y anime; y b) los espacios online, es decir foros especializados, páginas web y sitios de Facebook.

Las prácticas desarrolladas en estos espacios guardan estrecha relación con la industria y los entornos online y offline, poniendo en juego sistemas y marcos de referencia que indican o guían formas de conducta cosplayer. Amerita esta cuestión el uso de la noción de comunidad de guardarropa de Zygmunt Bauman (2007) como herramienta teórica para describir lo efímero y evanescente que pueden llegar a ser las participaciones de los otakus en la web o bien en los eventos. Asimismo, nos resulta útil desde la conceptualización de Erwin Goffman (1981) la constitución de marcos, estigmas y fachadas. Al mismo tiempo echamos mano de los señalamientos sobre la Netiquette planteada por Virginia Shea (1994) para conceptualizar la socialización entre los cosplayers y la prevención de conflictos en la comunidad.

En base a estos rituales de reparación social, también incorporamos y entendemos a las acciones de los otakus como prosumiciones, caza furtiva, desvíos y

tácticas, éstas últimas dos en el sentido decerteausiano, para describir la reinterpretación y resignificación de los bienes culturales japoneses a través del cosplay realizado en Buenos Aires, Argentina. Como marca de historización de los consumos de manga y anime, así como también para dar cuenta de la manifestación de la mundialización cultural, recurrimos tanto a Renato Ortiz como a Henry Jenkins para ubicar a los *cosplayers* dentro de la cultura de la convergencia. En esta vorágine de significaciones nos es útil desde el aporte de Franco Berardi (2007), los conceptos de semiocapitalismo e infoproducción, para la construcción de identidad entre los cosplayers, desde su relación entre pares en el plano offline y online, hasta la cosmovisión orientalista de Said (1997) que pueden tener sobre Japón, en un ambiente carnavalesco, en un sentido similar al bajtiniano.

Por lo tanto, en este acercamiento a la subcultura cosplayer, proponemos un enfoque culturalista de los procesos de construcción de identidad apoyadas en el cosplay. Asimismo, intentamos describir e interpretar las lógicas de esta subcultura, comprendiendo también el contexto sociohistórico de estas prácticas y sus contactos con otras comunidades.

Metodología empleada

En lo que respecta al acercamiento metodológico, nos internamos en el seno del campo de la comunidad otaku haciendo una interpretación etnográfica que involucró observaciones participantes en los distintos espacios donde se llevó a cabo el trabajo de campo, tanto en la dimensión offline como online, ya que las prácticas de los cosplayers no se basan exclusivamente en la exhibición, sino que también involucran procesos de

aprendizaje que realizan con sus pares. Somos una pareja académica conformada por un sujeto conocedor del campo, un experto, con participaciones en eventos de manga y anime en ocasiones durante la adolescencia, Gerardo; y otro sujeto completamente ajeno, Noelia, quien no consume ningún producto cultural japonés, y que a los fines de la presente tesina incursionó en las participaciones en eventos y concursos de cosplay por primera vez.

Los eventos a los que asistimos fueron:

EVENTO	PRODUCTORA/ORGANIZADOR	FECHA
Daicon Matsuri 2011	Yamato Argentina	Mayo 2011
Otaku Matsuri	Tokyo 3	Marzo 2012
Jigoku Style	Jigoku	Junio 2012
Animate 12	Animate	Julio 2012
Anime Friends 2012	Yamato Argentina	

		Julio 2012
After Friends 2012	Yamato Argentina	Diciembre 2012

Las páginas web y foros observados fueron:

PAGINA/FORO	FECHA
Cosplarg (o CosplArg): http://cosplarg.com.ar/	2011
Jigoku Eventos: https://www.facebook.com/groups/199873256882699/?fref=ts	2013

Al momento de analizar nuestro objeto de estudio fue necesario saber plantear preguntas-problema que permitieron construir un acercamiento a las prácticas culturales que se desarrollan en los eventos otakus y en los concursos de cosplay. ¿Por qué los otakus adoptan una cultura que no les está destinada? ¿Para qué? ¿Qué hacen los cosplayers al momento de practicar el cosplay? ¿Para qué? ¿Qué los motiva? ¿Qué hacen antes del concurso? ¿Cómo se preparan? ¿Y después? ¿Cómo colabora la CMC? ¿Cómo se socializa a través de un consumo no reconocido como masivo? ¿Es posible

un mercado cultural subalterno?

Sabemos que el investigador social debe tomar los hechos como ideas, insertándolas en un sistema de pensamientos. Los hechos que tomamos como objeto de análisis son los que tienen lugar en los eventos otakus y en las páginas web y/o foros online de la comunidad. Para ello entendemos que toda cultura científica debe comenzar por una catarsis intelectual y afectiva, quedando luego la tarea más difícil: poner la cultura científica en estado de movilización permanente, reemplazar el saber cerrado y estático por un conocimiento abierto y dinámico. No podemos ignorar que la experiencia básica o la observación básica es siempre un primer obstáculo para la cultura científica: entre la observación y experimentación no hay continuidad sino ruptura y sabemos que somos parte del objeto (a nivel de las ciencias sociales, no somos ajenos). Así es como, teniendo en cuenta estas premisas básicas, consideramos que al constituirnos en tanto pareja de investigación intentamos sortear estos primeros obstáculos. Cabe aclarar que al tener dos posiciones respecto de nuestro objeto totalmente distintas (Noelia es totalmente extraña y ajena al campo del cosplay, mientras que Gerardo es fan de estos consumos otaku); tanto la mirada básica como la experta están contempladas.

Estado de la cuestión

Henry Jenkins es el referente indiscutido sobre participación y cultura de la convergencia sobre la cultura de los fans y su vínculo con las nuevas tecnologías. Se reconoce a sí mismo como un aca fan, es decir un fanático académico y un académico fanático que se interesa por los movimientos culturales que se han suscitado al seno de la sociedad de cultura de masas. Su interés se centra en los consumos y en los procesos a posteriori de la recepción, apoyado tanto en las nociones de caza furtiva, desvíos y tácticas de De Certeau (2010) como en el concepto de prosumición propuesto por Alvin Toffler (2008). A partir de la obra *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (2006) sus conceptualizaciones analíticas han girado alrededor del paradigma de los usos de las redes sociales y los consumos web. Su particular interés por las perspectivas de los consumidores de productos culturales de culto, como *Star Trek*, y su afán por desentrañar las dinámicas de producción alternativa de los fanáticos permiten tomar dimensión de la capacidad activa, crítica y reflexiva del prosumidor en la nueva cultura, que el mismo denominó ‘participativa’. En esta nueva democracia online prevalece la búsqueda constante de la libertad en pos de la participación.

En Argentina, Libertad Borda es quien desarrolló la mayor conceptualización analítica respecto de la cultura fan (1996, 2000, 2008, 2012). Sus investigaciones sobre la fan fiction como género mediático online permiten un acercamiento privilegiado a las dinámicas de prosumición de los fanáticos de telenovelas como *Yo soy Betty, la fea*, entre otras.

Ahora ya circunscribiéndonos a la subcultura otaku, podemos señalar que las publicaciones de Matt Hills (2002) dentro de la universidad de Cardiff, Gales, se inscriben en las problemáticas de la identificación cultural del otaku como un ser híbrido entre la cultura pop japonesa y su cultura de origen. Es bajo esta situación que los otakus desarrollan una visión propia de lo japonés.

Por otro lado, Jenkins describe y analiza a la comunidad otaku en un capítulo de *Fans, bloggers y videojuegos* (2009), donde da cuenta del sostenido crecimiento de estos grupos que sintetizan en sus consumos culturales y prosumiciones la convivencia de Occidente y Oriente en el contexto del cosmopolitismo pop.

Otro antecedente lo constituye la obra compilada por Mizuko Ito, Daisuke Okabe y Tsuji Izumi, *Otaku: Fandom unbound* (2011) y el análisis que realiza Daisuke Okabe sobre la subcultura cosplayer en Japón.

Al mismo tiempo, dadas las condiciones materiales de nuestro tema de investigación, no encontramos tesinas dentro de este claustro, que correspondan a objetos similares, con la excepción de precedentes como *Anime y Manga*, tesina de Mariela Carril (2003) y la producción de Analía Lorena Meo y Bárbara Goldenstein, *Tecnificación del mito. Construcción del mito en la animación japonesa. Su relación con la tecnología, los mass media y la naturaleza* (2010).

En cambio, en el plano latinoamericano destacamos varios trabajos que anteceden a nuestra investigación, y entienden al otaku (y por consecuencia a los cosplayers) en sus procesos de construcción de identidad entre dos culturas pop distintas entre sí: una cultura nacional y otra japonesa. La tesis de doctorado “Otakus. Construção e representação de si entre aficionados por a cultura pop nipônica” (2008)

del antropólogo brasileño André Correia Lourenço nos dio herramientas metodológicas para poder acercarnos a los nativos y establecer un paralelo entre las prácticas de los cosplayers y su sentido de pertenencia a la comunidad. Asimismo, desde Bogotá, la tesina de grado en psicología de David Peralta, y Sonia Uribe conceptualizó las representaciones de los otakus en Colombia (2010) tanto para sí mismos como por fuera de esta subcultura. Otra tesina de grado, esta desde el campo de la sociología, es *La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno* de Lucía Balderrama Gastelú y Carmen Pérez Hernaíz (2009), que desarrolla un abordaje cuantitativo y cualitativo respecto de las prácticas de los otakus en Caracas, Venezuela.

En el plano local, en su libro de divulgación *Que la fuerza te acompañe*, Alejandro Soifer (2012) contextualiza y pone en evidencia las transformaciones respecto de la valoración (de negativa a positiva) de los así llamado nerds y geeks (que es este caso son términos aplicados a los otakus).

De esta manera se puede observar que la investigación y la interpretación de las comunidades de fans, particularmente los otakus, es un fenómeno académico muy reciente cuyos investigadores suelen ser personas que han tenido una infancia o adolescencia marcada por estos consumos y pertenencias.

Por otra parte y si bien no es un documento académico en el sentido estricto, cabe mencionar el documental de Garza Vive, *Entre telas: Cosplay en Argentina* (2012). Esta obra representa una toma de posición, una manera de mostrar a la subcultura cosplayer desde los propios cosplayers. Sin embargo, para nuestra

perspectiva, solo dan cuenta de un mundo feliz, tratando de direccionar los conflictos solo a la mirada del otro ajeno.

Con estos antecedentes, nos proponemos realizar un trabajo de campo y una interpretación en dos espacios, uno offline (los eventos de anime) y otro online (foros y grupos de Facebook) que permita indagar en los procesos de construcción de identidad de la comunidad cosplayer local.

Objetivos e hipótesis

El objetivo de la elaboración de esta tesina es poder dar cuenta del proceso de socialización que realiza una determinada comunidad: los fans del manga y anime (otakus) que practican cosplay, representación de personajes de ficción mediante la utilización de disfraces que asemejan la indumentaria característica del personaje. El término es ampliamente relacionado con la representación de personajes de ficción propios de los medios en la cultura pop oriental contemporánea, concretamente aquellos del anime, manga y videojuegos. Las personas que realizan esta práctica se denominan a si mismos cosplayers. Este proceso de socialización e interacción social dentro de una comunidad nos posibilitará indagar qué recursos utilizan y cotejar en qué medida surgen o no aspectos de lucha por un capital específico dentro de un campo determinado.

Objetivo general:

- Analizar y describir los procesos de socialización y la construcción de legitimidad en grupos de cosplayers.

Objetivos específicos:

- Describir e interpretar las prácticas de estos grupos en eventos de cultura pop asiática.
- Deconstruir las dinámicas de los concursos de cosplay.
- Describir la organización del circuito comercial de los eventos de cultura pop asiática.
- Explicar el desarrollo de los procesos de construcción de conocimiento y poder dentro de las redes sociales digitales que interpelan e involucran a los cosplayers.
- Deconstruir los procesos de construcción de las identidades dentro de la subcultura cosplayer.
- Analizar la función del estilo dentro del capital específico de la subcultura cosplayer.

Dentro de las prácticas de la subcultura otaku, nos centraremos en los fans que practican cosplay. A partir de este recorte, pretendemos, ilustrar, discutir, problematizar y analizar todo lo que a partir de ciertos productos culturales, y sus respectivos consumos, desarrollen estos sujetos a los que consideramos como prosumidores. La prosumición de culturas extranjeras forma parte del compendio de prácticas culturales

cosplayer, las cuales no tienen la misma visibilidad en los medios masivos que otras subculturas como los punks. Entendemos como factor determinante en esta coyuntura el quiebre de la lógica de broadcasting al utilizar Internet como medio de consumo.

En un campo construido como consensual hay disputas. Por lo tanto deben existir dispositivos de control que marquen los límites de una comunidad. Estas restricciones se aplican tanto desde la industria como entre los mismos pares. De esta manera nos preguntamos, ¿cómo socializan los otakus?

Por lo tanto, entre nuestras hipótesis creemos que:

- La socialización es una forma de lucha por un capital simbólico.
- La socialización de los otakus se realiza a través de la CMC (comunicación mediada por computadora) y la asistencia a los eventos de manga y anime.
- La construcción de jerarquías dentro de los otakus se realiza a través de la CMC.
- Para realizar este proceso se necesita de un “otro” para poder reconocerse e identificarse.
- La socialización del fan-otaku surge y se desarrolla en los márgenes de los márgenes del consumo cultural.
- La lucha por el capital se da por fuera del campo de la cultura legítima, en un campo no visible; los estratos más bajos del “juego de legitimidad”.
- Existen objetos y prácticas que otorgan prestigio dentro del ámbito de la subcultura otaku, como hacer cosplay, pero fuera de esta comunidad no tienen valor alguno.

Desarrollo de la tesina

A los fines organizativos y expositivos del análisis proponemos la siguiente distribución temaria, que presentamos en tres capítulos.

En el Capítulo 1 se generalizará sobre qué es ser un otaku; qué es hacer cosplay; y cómo se desarrolla un evento. Se tendrá también como eje la problematización, consumo y desarrollo de la subcultura cosplayer en la Argentina, cómo constituye comunidades de guardarropa y que tipos de cosplay efectúa. Dentro de estas aproximaciones también indagaremos sobre las representaciones orientalistas del Japón por parte de los otakus, la diversidad sexual en el campo otaku-cosplayer, e interacciones y códigos de conducta en el cosplay.

También incluiremos una reseña histórica de cómo se popularizó la difusión de anime y manga en la Argentina y de cómo creció el consumo de estos bienes de la cultura pop japonesa a través de la TV por cable como programación infantil y luego se diversificó a través del desarrollo de las redes sociales, excluyendo a los medios tradicionales del contacto directo con la comunidad otaku. Por otro lado, se da cuenta del aparentemente contradictorio aumento de la visibilidad de esta subcultura y algunas de sus prácticas más representativas como el cosplay.

En el Capítulo 2 abordaremos la primera fase del trabajo de campo, la descripción de la dimensión offline del cosplay: los eventos y sus concursos. Se evaluarán los distintos tipos de convenciones y el circuito comercial que les compete, así como también los criterios de aprobación y jerarquías que predominan entre los miembros de esta comunidad. Realizaremos un repaso del evento como espacio de

constitución de nuevas identidades provisionales, cuya existencia es frágil y precaria. También se describirá y se analizará al evento como lugar de encuentro y aprendizaje, de colaboración y armonía; y como mercado de capital simbólico.

Asimismo, incluiremos un análisis de la estética y el estilo de los otakus, así como un análisis de la perspectiva de los cosplayers, sus roles y prácticas específicas dentro de la comunidad otaku. También daremos cuenta de las valoraciones del cosplay, las cuales oscilan entre la mimesis y el erotismo.

En el Capítulo 3, nos abocaremos al análisis de la dimensión online de esta subcultura: cómo los cosplayers construyen allí su identidad y qué conflictos aparecen por la obtención del capital simbólico inherente a este campo. Daremos cuenta de las sanciones e instrumentos de autoridad que contienen los foros y páginas de facebook y describiremos los códigos y reglas de la interacción online de los otakus. Se tomarán en cuenta las preocupaciones de los miembros de los distintos foros por buscar y publicar material inédito, el miedo al bochorno, y la constante búsqueda de conocimientos y los saberes como vehículos de poder.

Finalmente en las conclusiones, daremos fin al proceso de constatación de las hipótesis presentadas e intentaremos responder a los interrogantes que nos planteamos al comienzo de esta tesina.

CAPITULO 1: COSPLAY, MANGA Y ANIME EN LA ARGENTINA

1.1. De la clandestinidad al reconocimiento

La cultura es una arena de lucha donde los agentes libran infinitas batallas por la legitimación de distintas prácticas y significados dentro de un campo determinado. Asimismo, tomamos el término cultura como “recipiente” de los modos de vida a partir los cuales se expresan valores, significados, cosmovisiones que a través de instituciones dan forma a una práctica cotidiana y concreta. Es decir, el comportamiento cotidiano está imbuido de significados y valores tanto implícitos como explícitos dentro del seno de una cultura concreta (Williams, citado en Hebdige, 2004 [1979]).

Por lo tanto, creemos pertinente estudiar a una comunidad desde los significados y valores concretos que la conforman, que dan sentido a sus prácticas y establecen o ponen en juego ciertas tendencias o fenómenos que constituyen las disputas por un capital simbólico (Bourdieu, 1987). Al entender como capital a aquel valor que permite a un agente tener una posición de privilegio, legítima en relación a los pares que se encuentran en su mismo campo, intentaremos dar cuenta de las problemáticas o recursos que utilizan éstos dentro de la subcultura otaku, entendida como:

formas expresivas, pero lo que expresan es, en última instancia, una tensión fundamental entre aquellos en el poder y aquellos condenados a una posición subordinada y a vidas de segunda clase. [Son] una forma de resistencia en la cual

las contradicciones experimentadas y las objeciones a esta ideología dominante son oblicuamente representadas en [los estilos y los cambios en el orden simbólico que parece que construyen] (Hebdige, 2004 [1979]: 132-133).

Es en el campo, topografía social espacial y temporalmente definida, donde tienen lugar estas luchas por los valores que otorgan prestigio, reconocimiento y, en suma, poder dentro de ese espacio. Por lo tanto Bourdieu denomina campo a:

Un campo -podría tratarse del campo científico- se define, entre otras formas, definiendo aquello que está en juego y los intereses específicos, que son irreductibles a lo que se encuentra en juego en otros campos o a sus intereses propios (no será posible atraer a un filósofo con lo que es motivo de disputa entre geógrafos) y que no percibirá alguien que no haya sido construido para entrar en ese campo (cada categoría de intereses implica indiferencia hacia otros intereses, otras inversiones, que serán percibidos como absurdos, irracionales, o sublimes y desinteresados) (Bourdieu, 1990: 135-136).

Dentro de esta noción, se encierra también una condición propia del campo:

que haya algo en juego y gente dispuesta a jugar, que esté dotada de los *habitus*¹ que implican el conocimiento y el reconocimiento de las leyes inmanentes al juego, de lo que está en juego (Bourdieu, 1990: 136).

¹ El *habitus* se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles -estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes- que integran todas las experiencias pasadas y funciona en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él contribuye a producir (Bourdieu, 1972: 178).

Justamente, en este sentido del juego encontramos el capital simbólico, objeto de las acciones de los agentes en el campo:

capital simbólico es cualquier propiedad (cualquier tipo de capital físico, económico, cultural, social) cuando es percibido por agentes sociales cuyas categorías de percepción son de tal naturaleza que les permiten conocerla (distinguirla) y reconocerla, conferirle algún valor (Bourdieu en Garriga Zucal 2005: 46).

Entonces, en lo referente al objeto de esta presente tesina, homologamos la categoría campo a la comunidad otaku y buscaremos arrojar una luz sobre los procesos de disputa de reconocimiento entre los cosplayers por el capital simbólico. Es decir, la serie de valores positivos, legítimos e inherentes a este espacio social. Para aplicar este concepto en una subcultura lo pensamos como “un ‘capital social’, un ‘haber’” (Grignon y Passeron, 1991).

Es en base a esta concepción que proponemos:

La transposición² opera de modo que el “capital”, los “recursos”, “la inversión” surjan de todos lados para burlarse de la “carencia”, provoca una ruptura tanto con las preconstrucciones del etnocentrismo culto o espontáneo como con las construcciones jerárquicas o miserabilistas (Grignon y Passeron, 1991: 111).

² En este caso, se traspone la noción bourdiana de capital simbólico pero no se considera la posesión o carencia de capital simbólico legítimo sino en sentido positivo, entendiendo al capital simbólico tal como es definido por los agentes del campo.

Asimismo creemos que:

No hay consumo ni práctica que no reenvíe, incluso en el caso de los más desprovistos, al ingreso y las condiciones de vida por una parte y, por otra, a los gustos: hábitos inscriptos en las tradiciones locales y en las “subculturas” de grupo (Grignon y Passeron, 1991: 104).

1.2. Otakus

El término “otaku” refiere a los fans y consumidores de bienes provenientes de la cultura pop japonesa, como la lectura de manga (historietas) y el consumo de anime³ (producciones animadas para cine y televisión). Su significado en japonés connota un fanatismo desmesurado hacia distintas prácticas u objetos como trenes, deportes, consumos mediáticos o disciplinas científicas. Uno de los primeros usos del término refería a los aficionados a los trenes, los “*Densha Otaku*” (Ito, 2011). Estos agentes, los otakus (en tanto fans de manga y anime) suelen agruparse en comunidades cerradas, dentro de las cuales realizan prácticas que exteriorizan sus gustos y preferencias, entre ellas el cosplay.

Los otakus pertenecen a una subcultura en la medida en que comparten un entramado de significaciones y esto conlleva a la conformación de comunidades con determinadas reglas y prácticas que otorgan sentidos legítimos e identidades sobre la base de un estilo.

³ En español: se escribe ‘anime’, pero se pronuncia ‘animé’ (con acento en la última sílaba).

Podemos afirmar que:

El significado de la subcultura siempre es centro de disputa, y el estilo [es] el área donde el conflicto entre definiciones reviste el mayor dramatismo. Por esta razón, [nos dedicamos] a describir el proceso mediante el cual a los objetos se les atribuye significado dentro de la subcultura y se les hace significar en forma de «estilo» (Hebdige, 2004 [1979]: 16)⁴.

Asimismo, la relación de lucha de la subcultura otaku frente a otras subculturas en pos de obtener reconocimiento da cuenta de una posición ilegítima respecto de otras prácticas culturales en Argentina. En este caso en particular, analizaremos a las comunidades de cosplayers.

1.3. Cosplay

Contracción de las palabras inglesas “costume” y “play” (juego de disfraces en inglés), es la práctica que realizan algunos otakus dentro de los eventos del fandom. Esta actividad consiste en confeccionar y vestir la indumentaria de un personaje, ya sea de cómics, anime, películas o video juegos, e interpretarlo en una determinada situación del texto donde se originó o inventar una escena nueva. Quienes llevan a cabo estas prácticas en eventos de manga y anime o participan de concursos se denominan a sí mismos “cosplayers”. En los concursos de cosplay se evidencia una de las disputas de poder dentro del campo.

⁴ El agregado es nuestro.

El cosplay es una entre diversas prácticas realizadas por los otakus, como el “*fanvidding*”⁵, “*fansubbing*”⁶ y la producción de “*fanfiction*”⁷. Estas actividades conllevan la puesta en juego de ciertos saberes específicos y prácticas de apropiación de significado que son inherentes a esta comunidad. Es decir, a través de producciones artesanales y resignificaciones de objetos culturales pertenecientes a la cultura pop japonesa, es como la subcultura otaku crea sus propios imaginarios, valores e identidades. Al considerarlo un movimiento subcultural, tenemos en cuenta que este conjunto de prácticas y capitales adquiridos son solo legítimos dentro de ese fandom. Por lo tanto, y en términos de delimitación espacio-temporal, la subcultura otaku en la Argentina suscribe a ciertas actividades, apropiaciones de una cultura pop foránea, cuyo crecimiento es constante gracias al desarrollo de la comunicación mediada por computadora (o CMC)⁸, en particular de los foros y redes sociales como Facebook, como consecuencia del fenómeno de globalización, que fomenta grupos mundiales de consumo, una realidad mediatizada que abarca tanto las producciones materiales – filmes, aparatos electrónicos, alimentación industrial– como también valores en común, un modo de vida compartido y un imaginario social (Ortiz, 1996).

Entonces, los espacios en los que se desarrollan las prácticas de esta subcultura – y en particular las prácticas de los cosplayers- están delimitados tanto a nivel online como offline o “territorial”. En las redes sociales y en eventos, los otakus ponen en juego las prácticas performativas que dan cohesión e identidad a la comunidad. Respecto a la performance, la entendemos como una actuación en el sentido teatral, una

⁵ Realización de videos amateurs o edición de videos musicales con fragmentos de una serie, manga o anime. (Ito, 2011)

⁶ Subtitulado de anime realizado por los propios fans (Taboada Vega, 2009)

⁷ Producciones escritas de ficción, hechas por los fans. Están divididas en diversos géneros que puede alterar el texto original (Borda, 2008).

⁸ A los fines de la presente tesina utilizaremos ambos términos indistintamente.

representación del anime o manga al que refiere el cosplay.

Entendemos a los otakus (y en consecuencia a los cosplayers) como cazadores furtivos cuya respuesta a una producción racionalizada, expansionista, centralizada, ruidosa y espectacular –dice de Certeau- “le corresponde otro modo de producción, más silencioso, casi invisible pero muy astuto que trabaja con los productos realizados por los otros pero con maneras propias de emplearlo” (De Certeau, 1996: XLIII), es decir las tácticas.

Al apropiarse de prácticas culturales originadas en Japón, esta subcultura entra en choque con otro tipo de prácticas culturales más legítimas o visibles en nuestro país como el fútbol. Puede decirse que “la cultura del aguante” (Alabarces, 2005) es una práctica de socialización más legítima que hacer cosplay o ser otaku.

Como se ilustra en el corto *Otakus* de Andrés Borghi (2007), en el cual dos fans se pelean por ver quién posee mayor capital simbólico sobre el otro, la discusión entre dos “hinchas de fútbol” se naturaliza, mientras que los otakus son considerados “locos que miran dibujitos”⁹.

Este tipo de consumos y (re)producciones de ciertos bienes culturales extranjeros forma parte del compendio de prácticas subculturales ilegítimas que no resultan mayoritarias dentro del campo de consumos culturales populares. Entendemos a la comunidad otaku-cosplayer como prosumidores, es decir que al mismo tiempo de ser consumidores, son a su vez productores de contenidos. Los prosumidores participan en un mundo digital de intercambio de información. Para el caso de los otakus argentinos, dicha prosumición (es decir, la posibilidad que tienen los usuarios de producir y consumir bienes culturales a través de la Web) no está inscripta en el circuito

⁹ *Otakus (Real life Dragon Ball Z)*, Cortometraje de Andrés Borghi, 2007. Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=fF4MX0N9lnM>. Esta producción ha ganado premios en distintos concursos internacionales de cine.

comercial de la cultura nacional (Medios ATL¹⁰ como Gráfica y Televisión). Entendemos como factor determinante en esta coyuntura el quiebre de la lógica de broadcasting al utilizar internet como uno de los principales medios de recepción y consumo. Si bien los eventos y convenciones de manga y anime son puntos de contacto e intercambio importantes para los fans, la prosumición se produce y se desarrolla o se da a conocer a través de la comunicación mediada por computadora. Al tomar estas acciones de los otakus como tácticas (De Certeau, 1996), del fan que consume y (re)produce respecto del estratega; en el caso de esta tesina, sostenemos que el fan (re) produce los bienes culturales de una cultura no nativa¹¹ y les otorga un nuevo sentido válido dentro de su fandom. Son justamente las tácticas realizadas materializaciones de “el arte del débil, [que] aprovecha las ocasiones y depende de ellas. No guarda lo que gana. Caza furtivamente, crea sorpresas” (*ibidem*).

Esta no pertenencia a los circuitos legítimos culturales, que incluyen a la cultura de masas, repercute en la utilización de novedosas formas de socialización, otros medios y herramientas. El papel de la comunicación mediada por computadora es vital en los procesos de apropiación de capital simbólico por parte del prosumidor. A través de la CMC, se desarrollan comunidades online que se definen sobre la base de una serie de valores establecidos entre los miembros, y en relación de oposición a otra comunidad. A su vez, esta comunidad no tiene una extensión o dimensión estrictamente concreta, en el sentido de que es volátil y dinámica, y porque está presente en el imaginario de esos miembros.

Al mismo tiempo se conforman comunidades de guardarropa (Bauman, 2007), las que según la conceptualización de Zygmunt Bauman están compuestas por personas

¹⁰ *Above the line*, término utilizado en publicidad para identificar a los medios de consumo tradicional.

¹¹ Entendemos a la cultura nativa como la oriunda de Argentina. Si bien el cine de Hollywood tampoco es cultura producida en la Argentina, su origen está mas naturalizado como cercano. En cambio, en el caso de la cultura japonesa, su extranjería es mas flagrante, mas evidente (por ser oriental).

que están vestidas para una ocasión especial, el evento, y cuando llegan al recinto dejan la ropa que llevaban en la calle. Dentro de este ambiente todos tienen los mismos intereses y concentran la atención al escenario. Cuando termina el evento, recogen sus pertenencias y retoman sus diferentes roles mundanos, para poco a poco mezclarse en la ciudad de la cual habían emergido horas antes (Bauman, 2007). Otra designación de las comunidades de guardarropa puede ser “comunidades de carnaval” pues ofrecen un respiro y fiesta a los individuos atormentados y agotados del mundo, quebrando la monotonía y la soledad diaria (retomaremos este punto en el Capítulo 2).

Los miembros de la comunidad asumen esa identidad definida por el estilo, sólo en un determinado contexto. De esta manera, el prosumidor está atravesado por múltiples prácticas culturales, favorecidas por la arquitectura de las redes sociales, que establecen modelos de red distributiva en los intercambios interpersonales y horizontales.

El prosumidor argentino de la cultura japonesa y sus productos está expuesto a otro tipo de broadcasting¹² (producciones japonesas) y cede ese poder/posición/acumulación de capital (saberes) a ciertos agentes como los organizadores de convenciones¹³, dando lugar a otra lucha entre productoras de convenciones como Yamato Argentina, cuyo posicionamiento comercial consiste en ser la organizadora de eventos con artistas japoneses; y Tokyo-3 Argentina cuya estrategia comercial está basada en el posicionamiento como “de fans para fans”. En estos eventos se efectúan concursos de cosplay, ámbitos en los cuales también hay interacciones y

¹² Es decir, una lógica de emisión vertical, sin feedback, a diferencia de la difusión de contenidos por internet que es mas horizontal.

¹³ Un evento o convención es una concentración de actividades del fandom. Se lleva a cabo en un salón o lugar cerrado en el cual se debe pagar una entrada para acceder a una feria de comerciantes de cómics, armas blancas, indumentaria otaku y participar en concursos de video juegos, dibujo y cosplay. Éste último suele ser la atracción central del evento.

disputas de poder.

Si entendemos a la comunidad otaku como cazadores furtivos, también la entendemos como una subcultura, en tanto manifiesta una resistencia a la cultura dominante que se expresa a través de un determinado estilo. La pertenencia y la construcción de la identidad de los sujetos miembros de determinados subgrupos dentro de la comunidad exhiben como marca distintiva su carácter exclusivista y críptico; se construyen otredades múltiples y sobredeterminadas. Reconocemos que los consumos subculturales de los otaku no solo corresponden a los del fandom que los identifica, sino que también se cruza con los bienes provenientes de otras subculturas, como el heavy metal o inclusive ser hinchas de algún equipo de fútbol. Es decir, las identidades no son acabadas y clausuradas, sino que por el contrario, están en construcción constante, en tanto proceso inacabado (e inacabable); la identidad es móvil (Frith, 2003) y el sujeto social constituido mediante la hibridación cultural.

Como planteamos anteriormente, dentro de la comunidad se evidencia la existencia de camarillas que alcanzan su plenitud a través de las interacciones mediatizadas en las participaciones en foros, y al mismo tiempo podemos sostener que la pertenencia a determinado subgrupo dentro de un foro en la web o dentro de la comunidad otaku se superpone a otras pertenencias que ese sujeto se autoadjudica. Retomaremos esto más adelante.

En este tipo de comunidades, cuantos menos miembros participen de determinado grupo, mayor valor se le otorga a la decisión de participar del aspirante a miembro. Se gestan y se establecen así ciertas oligarquías participativas. Se evidencia que a mayor capital simbólico, le corresponden posiciones del campo más privilegiadas, por lo tanto hay miembros de la comunidad que por tener más conocimiento o una mayor pericia para practicar cosplay, también poseen o detentan

respeto y autoridad dentro del fandom.

Al unísono, y a contrapelo de estas intencionales clausuras y resistencias, se evidencia la lucha constante por el ejercicio del derecho a la participación plena (Jenkins, 2010). Al existir determinadas prácticas de los otakus que son desarrolladas a través de la web, sostenemos que una de las principales metas de estos grupos es el reconocimiento: que sus pares los reconozcan y, fundamentalmente, atribuyan cierto prestigio a su labor, y de este modo colaboren en la construcción de su identidad. Para citar un ejemplo, durante una de las convenciones observadas, Otaku Matsuri en marzo 2012, una de las entrevistadas (disfrazada como Thor, el personaje de Marvel Comics) nos comentaba que el casco del traje de Capitán América de su compañero de “*team*”¹⁴ había sido realizado por “Cervantes”, un muchacho conocido en el medio por fabricar elementos y armaduras de fibra de vidrio. De esta manera, los cosplayers promocionan, como si se tratara de una acción publicitaria, a quienes los ayudan a realizar sus disfraces. En caso de que existan ciertos elementos que no puedan confeccionar por sí mismos, admiten esta carencia y la compensan con el apoyo a un otro “útil a la comunidad” con el fin de promocionar estos servicios y ritualizar una disculpa ante el seno de la comunidad por romper los valores del “Hágalo usted mismo”. Asimismo, durante el trabajo de campo, se observó que los cosplayers no tenían problemas en posar y ser fotografiados, y en particular se dirigían hacia aquellos fotógrafos que disponían de elementos propios de un set profesional, con el objetivo (según nos confirmó otro informante) de darse a conocer como cosplayers y que el fotógrafo también cobrara notoriedad al subir las fotos a Facebook o a un foro de discusión en la web en particular.

Entonces tenemos un juego de reconocimientos y valores propios dentro de una

¹⁴ Término usado en la jerga cosplayer para designar a un equipo que compite en un concurso, compuesto de personajes de un mismo manga, anime, cómic, serie, película o videojuego; que realizan una performance coherente con el texto al que referencian.

comunidad, que reconcilia en sus ambiciones y objetivos un oxímoron: se evidencia una apertura en la clausura, pues para ser (re)conocidos por sus propios pares, les resulta necesario en una instancia anterior y primera darse a conocer, dejarse ver, mostrarse; y al mismo tiempo, cuantos menos miembros integren la comunidad, mayor es el capital (prestigio) que se les atribuye tanto a los miembros cómo células individuales, como al grupo, como organismo pluricelular. Cabe preguntarnos: qué resulta primero: ¿la clausura o la apertura? ¿El huevo o la gallina? ¿La intención latente es que sean pocos y conformar un grupo cerrado? La comunidad muestra manifestaciones de duchas frías (Bateson, 1955) pues se alejan para acercarse, y se acercan para alejarse. Entonces puede manifestarse en los eventos una cuota de exhibicionismo sustancial detrás de las actividades de los cosplayers porque

Los individuos y los grupos invierten en las luchas de clasificación todo su ser social, todo lo que define la idea que se hacen de ellos mismos, todo lo impensado por lo que constituyen como “nosotros” en oposición a “ellos”, a los “otros” y al que abrazan con una adhesión casi corporal (Cuche, 1999: 69).

Los grupos sólo pueden reconocerse a sí mismos por medio de su actividad cultural, por medio del juicio estético (Frith, 2003). Hacer cosplay es una forma de vivir, de construirse y reconocerse como individuos en un grupo.

1.4. Nos (otros)

Respecto de la otredad, en relación a la construcción identitaria subjetiva, podemos decir que la construcción del yo, como miembro de una comunidad, se hace a partir de la identificación de un 'yo' con 'otro' al que reconoce como par, y en pos de esto se establece un 'nosotros'. Se presenta así la homofilia, pues los individuos se reconocen como tal(es) para cual(es) (Watts, 2006). Podemos sostener junto a Bauman que el individuo más débil, pobremente armado, sin suficiente capital social, busca asociarse a otros para compensar su impotencia individual (Bauman, 2007). De este modo la construcción del 'nosotros' es un acto de autoprotección. El deseo de pertenencia es un acto defensivo, para mantenerse al resguardo ante la inseguridad y desprotección de reconocerse en soledad ante el mundo real. Estos grupos comparten un placer comunitario y una productividad enunciativa (Fiske, 1992) en tanto comparten sentidos entre sus pares. ¿Por qué decimos esto? Porque existe cierto estereotipo social respecto de la figura del fan del manga y anime, como características 'mosaico' donde se destacan la figura del 'nerd', 'el friki' o el 'geek' que si bien son términos con ciertas diferencias específicas, remiten a un estereotipo generalizado del otaku (Soifer, 2012). El término 'otaku' siempre cargó connotaciones negativas. A los fans del manga y el anime se los ha denominado durante mucho tiempo 'otaku', siendo este un término que traducido desde su lenguaje originario, el japonés, evidencia ciertas connotaciones negativas, ligadas al fanatismo a ultranza (Ito, 2011). Actualmente, sobre este estigma (Goffman, 1981) se ha provocado una inversión (entendida como resignificación positiva), y son los mismos consumidores quienes han revertido esa marca negativa, convirtiéndola en enseña distintiva, tal como sucede en las llamadas "Marchas del

orgullo friki”, o el “Orgullo otaku”¹⁵. Cabe aclarar que el término otaku es utilizado por los mismos fans argentinos (y mundiales) como una marca de orgullo, de distinción positiva, a diferencia del significado japonés, que es despectivo (Hills, 2002)

En este contexto de construcción identitaria, el consumo cultural se constituye como herramienta de identificación. Ahora bien, tener un consumo principal no exime de consumir productos de otras subculturas con mayor legitimación y visibilidad mediática. Durante una de las observaciones un grupo de cosplayers estaba tomando mate en un patio del club utilizado para el evento y hacían bromas entre sí, cantando canciones de cumbia.

Retomando la noción de otredad como pivote de las interacciones sociales, podemos sostener que para la comunidad analizada el ‘ellos’ lo componen todos los demás miembros de la sociedad, en tanto no comparten los códigos, saberes, y gustos por determinados productos o prácticas contemplados dentro del campo. El ‘ellos’ constituye la sociedad toda a la que manifiestan su descontento a través de sus consumos y estilo. De esta manera consideramos la noción de identidad esgrimida por Hall a partir de la cual entiende que es una representación estructurada que solo alcanza su carácter positivo a través del estrecho ojo de lo ajeno, siendo siempre un efecto temporario e inestable de relaciones que definen identidades marcando diferencias (Hall, 2003).

Podemos reconocer en las prácticas y conductas de estas comunidades las características típicas de lo que Bauman denomina metafóricamente comunidades de guardarropa, en tanto los asistentes deben regirse bajo la égida de determinado código de sastrería (Bauman, 2007), vistiéndose para una ocasión que no sigue los cánones de

¹⁵ “La marcha del orgullo Friki” se realiza en todo el mundo cada 25 de Mayo en homenaje al estreno del primer film de *Star Wars*. A nivel local, este evento anual reúne a miembros de todos los fandoms en el los bosques de Palermo.

la cotidianeidad, sino que por el contrario deben estar a la altura de la situación que involucra asistir a un espectáculo (o sea, la convención de manga y anime). La diferencia que se establece respecto de lo conceptualizado por Bauman es que en los casos de los eventos de cosplay, parte del espectáculo es justamente el guardarropa del cosplayer, ya no en un sentido metafórico. Es decir, tanto el disfraz como la performance son un espectáculo en sí mismo. Asimismo, los códigos para las interacciones también se presentan en la dimensión online, pues se advierte la existencia de ciertos protocolos propios de la CMC. En estas interacciones hay un estricto seguimiento de la Netiquette¹⁶. Retomaremos este punto con mayor profundidad en el Capítulo 3.

Con respecto a la soledad y desolación que sienten los miembros de estas comunidades, afirma Bauman que un efecto “es contribuir a la perpetuación de una soledad que busca –desesperada pero vanamente- alivio en los raros emprendimientos colectivos concertados y armoniosos” (Bauman, 2007: 212). Podemos reconocer entonces que, la construcción de identidades resulta un medio para alcanzar un fin (Cuche, 1999). La pregunta es: ¿cuál es ese fin? Los individuos que practican cosplay, en particular, y todos los agentes del campo otaku en general –quienes son en su extensa mayoría adolescentes- se proponen participar en este tipo de eventos específicamente con el fin último de pertenecer, ser parte. ¿Ser parte de qué? ¿Para no ser parte de qué otra cosa? ¿Para saberse afuera de qué? ¿esta pertenencia es un fin en sí mismo o un medio para alcanzar otros objetivos subyacentes?

¹⁶ Adaptación de las reglas de etiqueta del mundo real a la comunicación mediada por computadora. Por ejemplo: escribir en mayúsculas es el equivalente a gritar.

1.5. Otredades

La cultura, en tanto constituye maneras de vivir, puede ser considerada una arena de lucha (Gramsci, 1949), fronteras o límites de contacto ideológico entre las concepciones y prácticas culturales de distintos grupos y clases construidas que coexisten en una misma sociedad. Como afirma Jorge González en su análisis de los consumos subalternos mexicanos, la cultura es un modo de organizar el movimiento constante de la vida concreta, mundana y cotidianamente (González, 1986). Es el principio organizador de la experiencia, mediante ella ordenamos y estructuramos nuestro presente a partir del sitio que ocupamos en las redes de las relaciones sociales. Es nuestro sentido práctico. La cultura es pues, memoria de lo que hemos sido, e igualmente constituye el registro imaginario y sedimentado de lo que alguna vez pudimos ser y hacer. Aquí yace la imaginación primaria como apropiación del magma de significaciones, haciendo que el imaginario personal se encarne, resuma y operacionalice en los objetos (el manga/anime) que son ventanas desde las que la individualidad lanza su posicionamiento ante el mundo (Bogarin Quintana, 2008).

Además, podemos reconocer que en el mismo movimiento, el Yo –ahora sujeto– que vuelto otaku entra en una constante retroalimentación de sus deseos que se objetivan en la cosa (en el manga, en el anime, y el cosplay) por un lenguaje que es el de la moda que, como condicionante, fija su pertenencia a un movimiento asociativo (Bogarin Quintana, *op. cit.*).

Entendemos que la cultura como dimensión omnipresente de las relaciones sociales no puede ser socialmente y no significar. Debe ser entendida como el universo de todos los signos y discursos socialmente contruidos, que no agota su eficacia en el hecho de ser sólo significativo, ya que es un instrumento de primer orden para accionar

sobre la composición y la organización de la vida y del mundo social. Tiene que ser entendida como la dimensión de análisis de todas las prácticas sociales.

Al mismo tiempo, reconocemos a partir de Hebdige la existencia de subculturas. Éstas buscan ser reconocidas como legítimas dentro de las prácticas de la cultura popular en Argentina. Podemos sostener que las subculturas están compuestas por prácticas y apropiaciones de un estilo. Éstas pueden tener distintos grados de difusión a través de los medios de comunicación, dando como resultado una visibilidad respecto de otras subculturas. De esta manera se conoce y reconoce su existencia. Dentro de la cultura popular lo encontramos en la cumbia y el rock, reconocidos por la cultura culta como consumos “no cultos” en el sentido de que tienen una visibilidad apoyada en los medios de comunicación. Sin embargo, existen subculturas cuya visibilidad es menor o está sesgada desde ciertos estereotipos denigrantes como los otakus. Ahora bien, siguiendo este razonamiento, y al momento de analizar las prácticas de los fans del cosplay, podemos plantear la existencia de una subcultura ilegítima (no reconocida). Esta última funciona a contrapelo de lo que la cultura culta ya reconoce como cultura plebeya (Alabarces, 2005), por lo que podemos sostener que se erige contrapuesta a otras dos culturas. El campo del fandom otaku se encuentra así, entre las menos reconocidas (y por lo tanto menos visibles) de todas las subculturas. Podemos representar esta situación a partir de una metáfora donde ciertas semillas fueron desperdigadas por el viento y germinaron donde nadie lo esperaba. Se sembraron en Japón, y el viento las hizo volar hasta Argentina. Y solo unos pocos están dispuestos a recoger sus frutos.

Entendemos que la cultura popular es una representación del mundo que en muchos casos se construye tomando elementos de la cultura culta y se reelabora, sea como resistencia a elementos de otras culturas o como forma de cohesión y

reconocimiento entre pares. Así, en el campo del cosplay observamos cómo se adopta una cultura ajena, pues ese bien cultural está legitimado en su país de origen (Japón, al punto de tener dos revistas y un circuito profesional de cosplay), en tanto conforma parte de lo que consideramos una subcultura que busca ser legítima entre otras subculturas. Es decir, existe una gran dificultad para la subcultura otaku en Argentina: por un lado, se adopta una subcultura ajena a las prácticas culturales locales; por otro lado, eso conlleva a que, en la lucha de legitimación cultural, la subcultura otaku, al ser de raíz foránea (pero menos reconocida que los bienes culturales estadounidenses), corra con desventaja frente a otras subculturas.

En Argentina, las prácticas otakus son relegadas dentro de los consumos culturales ilegítimos. Pero al mismo tiempo, la contradicción se establece en el hecho de que por lo menos ahora, a partir del uso de las redes sociales y los conceptos de red distributiva y prosumidor, se constituye como una cultura participativa y colaborativa. En este fandom se observa una percepción de solidaridad y ejercicio de una ética otaku en general y cosplayer en particular.

Pero por otro lado, para no asumir un optimismo decerteausiano, a riesgo de caer en un populismo que solo contempla y dice: “qué maravillosos son”, volvemos a la hipótesis de que estamos ante la presencia de una subcultura doblemente ilegítima, en tanto no está incorporada en el imaginario de nación, así como tampoco de otras prácticas consideradas populares, como el fútbol, o textos, como las telenovelas. Hay todo un conjunto de tácticas dentro de la cultura japonesa, como aparato cultural, que creemos les habla a los miembros de la comunidad cosplayer. Es decir, el cosplay argentino es una reappropriación del texto mediático japonés pero con una reinterpretación dotada de tintes nacionales, como el pin de "otaku y peronista" (véase foto), o la incorporación de términos como "*sensei*" –maestro- para denominar a un

maestro o "*senpai*"-superior- para denominar a un cosplayer superior dentro del léxico cotidiano de los cosplayers. Esto también puede evidenciarse en los pseudónimos que utilizan algunos otakus, agregándole a sus nombres sufijos japoneses como "*chan*", "*kun*", "*san*" o "*sama*", dando como resultado *Ari-chan*¹⁷ en lugar de Ariel.



Pin vendido en eventos de cosplay.

Recapitulando, sostenemos que la subcultura otaku-cosplayer debe ser estudiada como a decir de Gramsci debería serlo el folklore:

como concepción del mundo y de la vida, implícita en gran medida, de determinados estratos de la sociedad en contraposición con las concepciones del mundo oficiales o el sentido más amplio de las partes cultas de la sociedad que se han sucedido en el desarrollo histórico (Gramsci, 1949 : 203)

Desde esta premisa podemos sostener que los discursos que se producen y circulan a partir de la comunidad de fans del manga y anime se inscriben en los intersticios del

¹⁷ En el idioma japonés, los nombres propios suelen tener sufijos que indican el grado de proximidad con el otro. Por ejemplo el sufijo *-san* es utilizado para referirse con respeto a un par, el sufijo *-sama* para dirigirse a una persona socialmente superior y los sufijos *-kun* y *-chan* suelen emplearse para marcar un grado de intimidad o cercanía afectiva mayor que en los casos anteriores.

espacio social, por lo que puede reconocérselos en tanto discursos atópicos, sin lugar propio (Maingueneau, 2008). Nunca lograran reconocimiento social masivo, pues no lo buscan y precisamente ese es uno de sus objetivos: estar intencionalmente en los márgenes de los márgenes.

1.6. Internet mató a las revistas y a la TV

La subcultura otaku no tiene una definición simple. Surgió en primer lugar durante la década de 1980 en Japón como una subcultura “geek” marginalizada y estigmatizada. Gradualmente, ha expandido su esfera de influencia hasta convertirse en una fuerza internacional, al punto que puede ser considerada el fandom más conectado (en términos de uso de internet) del planeta (Ito. 2011). El consumo de manga y anime en Argentina tuvo cambios drásticos, tanto a nivel de emisión -como dispositivo- como de distribución de estos bienes culturales.

Puede decirse que los orígenes del manga se remontan por un lado al desarrollo del arte gráfico japonés, que data desde el siglo XI, y por el otro a la historieta occidental, siendo uno de sus máximos exponentes de esta fusión Hokusai,¹⁸ quien en el siglo XIX publicaría su obra *Hokusai Manga*. Pero no es hasta 1945 que el manga moderno se desarrollaría según estructura que tiene hoy. Si bien antes de la segunda guerra mundial ya existían distintos géneros de manga, es gracias a los cambios de

¹⁸ Uno de los principales artistas de la cultura japonesa en el siglo XVII. Mas información en <http://www.katsushikahokusai.org/>.

diseño realizados por Osamu Tezuka¹⁹, en particular el rasgo de los ojos grandes, influenciado por las producciones de Disney, como sucede con su obra más famosa en occidente, *Tetsuwan Atom* (Astroboy).

El mercado del manga está íntimamente relacionado con el anime. Tal es así que el circuito comercial está desarrollado de tal forma que cada manga que tiene éxito luego es producido como anime y, en consecuencia, luego se lanzan videojuegos, figuras de colección, juguetes, bandas sonoras, películas, *live action*²⁰ o cantantes pop.

El contacto del anime y el manga con Occidente durante las primeras décadas del pasado siglo fue intermitente hasta 1980. Es en esos años que las cadenas de televisión de todo el mundo empiezan a importar series para adaptarlas a sus mercados locales, llegando a cambiar totalmente la naturaleza de esos anime (por ejemplo, el dibujo animado conocido en Argentina como *Robotech*). Si bien su edición y transmisión deriva de la serie original de EEUU en 1986, *Robotech* en realidad fue producida a través de la fusión de tres anime distintos que compró la cadena Harmony Gold. Es decir, un producto conocido originalmente en Argentina como “dibujo animado estadounidense”, en realidad era la yuxtaposición de tres anime japoneses. Sin embargo, el consumo seguía siendo centralizado y dirigido bajo una lógica de broadcasting, a diferencia de lo que ocurriría en la década de 2000 con la masificación de las conexiones de internet por ADSL, que permitió otro tipo de interacción entre los otaku.

¹⁹ Osamu Tezuka es considerado el “padre del Manga” moderno. Más información en <http://www.theguardian.com/science/blog/2010/jul/21/medical-manga-osamu-tezuka>.

²⁰ Adaptación televisiva del manga, anime o videojuego, actuada por personas. Por ejemplo, que un grupo de cosplayers ejecute una escena de un episodio de *Saint Seiya*, serie conocida en América Latina como *Los caballeros del Zodiaco*.

1.7 Broadcasting

En Argentina, si bien existía un flujo intermitente de publicaciones de manga (bajo ediciones españolas como Glenat y Planeta de Agostini) y principalmente de anime en televisión abierta, no es hasta finales de los 80 y principios de los 90, con el crecimiento de los abonados a la televisión por cable, que el anime empieza a penetrar en el mercado televisivo nacional. Canales de cable con programación exclusiva de dibujos animados, como BIG Channel o Magic Kids, comenzaron a importar enlatados japoneses que mantendrían un alto margen de audiencia, tanto de público infantil como juvenil y hasta adulto. La puesta en el aire de series como *Caballeros del Zodiaco* (*Saint Seiya*), *Sailor Moon*, *Dragon Ball* o las retransmisiones de *Super Campeones* (*Captain Tsubasa*) y *Robotech*, no solo dispararon exponencialmente el consumo de anime, sino que también impulsaron colateralmente la instalación de editoriales de manga y publicaciones sobre este fandom²¹.

Por ejemplo en una edición de la revista de historietas Coctel, unos lectores denominados como “Amos de la Robotecnía”²² enviaron una carta al correo donde celebraban la inclusión de un segmento manga “Por fin se le da un espacio al Manga Japonés (*sic*)” (Revista *Cóctel* número 3, Octubre 1991, Accorsi Editores). También les recomendaba a otros lectores cómo conseguir películas de anime:

Con respecto al pedido del señor Patricio Land, le confirmamos que

²¹ Todas las reseñas históricas son producto de la experiencia personal de Gerardo. Las referencias al surgimiento de editoriales y material gráfico de manga se debe a que su familia se dedica a la venta de revistas, periódicos y publicaciones varias desde la década de los noventa. Las referencias a las emisiones de series de anime corresponden a su consumo televisivo durante la infancia, que también tuvo lugar durante la década citada. Se utiliza esta fuente –que no solo proviene de la experiencia de Gerardo, sino que fue corroborada por las entrevistas informales con los cosplayers- ya que no hay bibliografía pertinente.

²² Personaje de *Robotech*.

podríamos conseguirle una copia de Akira subtitulada, pero aún no sabemos con seguridad (...) PD3: Aguanten los japoneses. PD4: Muerte al comic Yanki [sic] de superhéroes (*Ibidem*).



Revista Lazer número 1, y programa El club del anime (Magic Kids), circa 1997.

Es a mediados de la década de 1990, en particular 1997, que el mercado de las publicaciones gráficas de cómics se vería sacudido por la aparición de varias revistas sobre cómics, manga y anime. Si bien ya existían publicaciones como *Comiqueando* que se nutría de información de la escena local y las historietas de EE.UU., principalmente, es la revista *Lazer*, fundada por la editorial Ivrea, la que monopolizó la información sobre manga y anime al punto de lanzar también ediciones argentinas de distintos mangas.

Mientras se desarrollaba un nuevo mercado de consumo de historietas japonesas, las editoriales locales intentaban captar el éxito del anime en cable poniendo en circulación revistas de información como *Otaku*, *Nuke* (ésta última dirigida por Patricio Land) o lanzando VHS con películas originales (tal es el caso de *Caballeros del Zodiaco*, cuyo primer film se estrenó en cines). Respecto del fandom, programas como *El club del anime*, conducido en un principio por Leandro Oberto (Fundador de Ivrea y editor de la revista *Lazer*) y luego por Mariela Carril²³, lograron motivar a los espectadores locales de distintas edades a producir *fanart*²⁴ o cosplay, proceso que se aceleró a pasos agigantados. No obstante, el lugar que ocupaba el manga y el anime dentro de las convenciones aún no tenía la importancia que conlleva al día de hoy. Hacia el año 2000 aparecía el canal Locomotion, dedicado íntegramente a la animación para el sector “kidult”²⁵ emitiendo animes de gran impacto en Japón como *Neon Genesis Evangelion* entre otros. Años después la señal sería adquirida por Sony y transformada en el canal de anime Animax, pero el impacto de Locomotion en la subcultura otaku y en el cosplay ya había hecho mella.

1.8. Horizontalidad

La información y los productos/bienes culturales japoneses resultan capital escaso fuera del campo de los otaku-cosplayers, es por esta razón que se les atribuye

²³ Hoy licenciada en Ciencias de la Comunicación, UBA. Su tesina de grado es *Anime y manga* (2003).

²⁴ Ilustraciones, videos u producciones artísticas relacionadas con un bien cultural y realizadas por los fans de ese texto.

²⁵ Contracción de *kid* y *adult*, con la que se denomina a la audiencia entre 20 a 35 años que consume dibujos animados, historietas y videos juegos además de consumos considerados adultos.

importantes cargas de un valor que no corresponde estrictamente al valor económico *per se* (fetiche de la mercancía). Como consecuencia, el crecimiento de la conectividad en Internet permitió a lo largo de los últimos diez años una mayor oferta de acceso a los servicios de ADSL. Al día de la fecha más del 50% de la población tiene acceso a internet por cuenta propia o por medios indirectos. Así, los otakus han podido desarrollar comunidades líquidas (Bauman, 2007) en torno a sus prácticas favoritas. Estos fans consiguen de primera mano vía *fansubbing* o por compartir con otros pares en el resto del mundo manga o anime mucho antes que las emisoras de TV por cable o las revistas especializadas. De esta manera, la Comunicación Mediada por Computadora se extendió con el crecimiento e instalación de redes sociales que permitieron el surgimiento de grupos dedicados exclusivamente al cosplay. Por lo tanto podemos afirmar que se pasó de una lógica de broadcasting centrada en medios ATL, a un conglomerado horizontal de intercambios entre pares a partir de medios BTL²⁶.

No obstante, la valoración del término otaku está en disputa, desde la caracterización de sociópatas alejados de la realidad, hasta entenderlo como un estilo distintivo -geek- chic: una sensibilidad posmoderna expresada a través del conocimiento de la cibercultura pop y una fluidez en el uso de las nuevas tecnologías de comunicación. Justamente, es a través de las condiciones tecnológicas y culturales de esta época, bajo la cual la cultura digital y de intercambios par a par dan lugar a formas de participación, producción y consumo -prosumición- que la subcultura otaku se viralizó durante las últimas dos décadas. Esta expansión de la actividad de los fans, basada en prácticas emergentes a través de las CMC, ha dado como resultado un “mega nicho” mediático y multicultural. Todo esto, bajo el contexto de redes móviles y distribución horizontal (Ito, 2011). Ahora bien, esta distribución horizontal al interior de

²⁶ Below the line: medios de comunicación considerados no tradicionales, como el uso de Internet, mensajes de texto a celulares, mailing, etc.

la comunidad paulatinamente dio lugar a disputas de poder y prestigio en su seno.

1.9. Cosplay de escenario y de pasillo

De todas las actividades que se desarrollan en los eventos, el concurso de cosplay es la frutilla del postre. Según el foro Cosplarg, los primeros concursos de cosplay se realizaron durante la convención de cómics Fantabaires 2000, realizada en la ciudad de Buenos Aires. Esta práctica comenzaría a tener mayor popularidad con el desarrollo de comunidades online de cosplayers a lo largo y lo ancho del país en estos últimos trece años. En el presente, se realizan dos clases de eventos: los organizados por productoras de entretenimiento como Yamato, Tokyo-3, Jigoku y Animate entre otras; y los autogestionados por los propios fans. En ambas modalidades, el concurso de cosplay es la atracción central. Estas competencias pueden tener hasta una frecuencia semanal inclusive.

El juego de voyeurismo/exhibicionismo es uno de los pilares fundamentales sobre los que se estructuran las relaciones en el seno de la comunidad. Ciertos cosplayers asisten a los eventos con la manifiesta intención de dejarse ver, de exhibirse: él/ella y sus talentos; mientras que otros quedan en el anonimato de la multitud y su cuota de placer se erige sobre el pivote de la observación; o bien practican lo que hemos denominado como “cosplay de pasillo”. Podemos distinguir entonces un *cosplay de concurso* y un *cosplay de pasillo*.

El *cosplay de pasillo* lo practican aquellos cosplayers que asisten al evento con el fin de representar un personaje o estilo, pero no les interesa participar del concurso.

Así, observamos agentes vestidos para la ocasión, con sus disfraces, ejecutando performances y actuando ‘en pose’, pero su intención no es la búsqueda del reconocimiento o juicio de parte del jurado, sino que solo asisten para ‘mostrarse’, dejarse ver y, sobretudo, dejarse fotografiar, por los pares, los fotógrafos y demás asistentes. Estos agentes que buscan el reconocimiento de sus pares, por sobre la evaluación del jurado, renuncian a los premios y galardones que se obtienen a partir de la competencia y en lugar de la obtención de capital económico, su intención reside en la obtención de capital simbólico y social. Es la toma de fotografías el indicador más certero para lograr medir el reconocimiento adquirido. Cuantas más cámaras registren su performance, mayor es el reconocimiento, el prestigio otorgado a su labor y a sus competencias.



Cosplayers que practican cosplay de pasillo.

En la primera imagen las cosplayers buscaban reconocimiento de sus pares. En la segunda imagen, el team oriundo de González Catán, lo hacía por diversión. Siendo ésta su primera participación los jóvenes no se animaron al cosplay de escenario, pero manifestaron intenciones de competir por el premio en efectivo en los sucesivos eventos. En el caso de ganar, pensaban invertir el premio en un asado.

En cambio, el cosplay de competencia implica la formalidad de la inscripción al concurso, la performance, y la devolución por parte de un jurado que emite sus veredictos sobre la actuación del cosplayer. Todo ello, con el propósito último de adquirir importantes premios como material inédito, órdenes de compra, entradas para diversos eventos, y el más importante: representar a Argentina en certámenes internacionales²⁷.



En la primera foto el cosplayer de escenario no estaba advertido. Sin embargo nos hizo señas para que le tomemos otra fotografía realizando una pose.

Tanto las performances de los cosplayers de pasillo o de escenario pueden ser de

²⁷ De los eventos regionales más importantes se destacan Yamato Cosplay Cup y AnimeLa.

tipo individual o colectivas.

Podemos decir que el cosplayer obtiene dosis de placer al momento de saberse y reconocerse observado, pues goza al saber que ha logrado la asimilación perfecta del personaje que representa. Y al saberse observado suma una cuota de placer extra. Más allá del prestigio colectivo (en las performances grupales) la búsqueda no se corre nunca de las ambiciones más personales e individualistas. Exhibirse, como individuos que luchan por la supervivencia en una selva sangrienta, donde reina el que más cueros cabelludos ha obtenido y exhibe. Ejemplo de una asimilación perfecta lo es el trío que representó a *Sailor Moon*²⁸, que puede verse en un informe de C5N (<http://www.youtube.com/watch?v=NoiT5YJM1sw>).



Tres de los cosplayers más reconocidos de la comunidad, lograron una visualización mayor en los medios masivos a través de notas en distintos canales de noticias.

²⁸ Manga creado por Naoko Takeuchi en 1992, convertido en anime, que cuenta la historia de heroínas adolescentes que invocan a los poderes de la luna y los planetas del sistema solar. Tras la metamorfosis de mortales a súper heroínas usan uniformes de colegialas.

Si bien la socialización en la dimensión virtual está mediada por la computadora, en los eventos sobre los cosplayers también media la cámara de fotos. En las interacciones cara a cara se utiliza determinado código, con solo sacar la cámara hay un acuerdo tácito que establece que los cosplayers deben posar; se enojan si se les toman fotografías sin hacer pose, por ejemplo buscando cosas en un bolso o fuera del personaje.

Podemos sostener que los cosplayers intentan obtener un capital (Bourdieu, 1987) que garantice un lugar de privilegio en el campo. Así, para los cosplayers de pasillo el capital está constituido por el reconocimiento de sus pares, mientras que para los cosplayers de escenario el capital lo constituyen las opiniones de las autoridades del certamen: el jurado y sus veredictos. El reconocimiento al que aspiran cada uno de estos subgrupos resulta diferente en comparación con el otro, así como el capital que intentan acumular. La acumulación de capital a partir del reconocimiento también se despliega en la web.

Ahora bien, si el personaje y la performance elegida resultan muy novedosos, quizás no estrenados en Argentina, el reconocimiento alcanzado es mayor, pues el capital resulta del hecho de estar adelantado, estar a la vanguardia. A decir de Bourdieu, en la lucha simbólica por la producción de sentido común o del monopolio de la nominación legítima, los agentes empeñan el capital simbólico que adquirieron en luchas anteriores y que puede ser justamente garantizado (1987). El poder simbólico debe estar fundado sobre la posesión de un capital simbólico. Así, una cosplayer de *X-Men*, a quien llamaremos Laura, manifestaba en una entrevista realizada en la convención Animate de julio de 2011:

Nosotras venimos en realidad a las convenciones...si no te sacan fotos, si

no te prestan mucha atención, por ahí pensás: bueno, no lo hice bien, no está bueno. En mi caso, un solo chico me reconoció. Pero es como un reconocimiento a nosotras que pusimos todo, nosotras mismas, nada lo mandamos a hacer... y es como una gratificación que a la gente le gusta (Laura).

El valor de objeto pasa a valor de cambio en objetos o prácticas que fuera del ámbito del fandom no tienen valor alguno. Por ejemplo, parte del capital está dado por el poder confeccionar su propio traje. Esta misma cosplayer de *X-Men* agregaba:

L: Cada una hizo el propio y el de la otra. Ella me hizo los guantes a mí. Yo la ayude con el molde de la campera, bueno, después el cinturón fue un obsequio de una amiga.

E: ¿Y cuál es la diferencia entre hacer el traje de modo personal, autónomo, e ir a comprarlo ya hecho?

L: Es un desafío propio. No somos personas que laburamos de esto. (Laura)

Por todo esto es que podemos considerar que el cosplayer está en constante lucha por el reconocimiento de su capital (saberes/competencias y reconocimientos). El interrogante que surge hasta lo aquí expuesto es si alguno de los dos tipos de cosplay (escenario o pasillo) permite una posición más privilegiada en el campo. Desarrollaremos este punto en los capítulos subsiguientes.

1.10. Yoes

La representación de un personaje permite a los cosplayers adoptar una identidad otra. Detrás de la máscara elegida pueden construir una fachada o *front* (Goffman, 1981), es decir, la dotación expresiva que posee el individuo es percibida como adecuada o coherente con las situaciones de interacción con sus pares. Así, las identidades se construyen desde nuevos posicionamientos y actitudes respecto de los géneros. La sexualidad y el género permiten identificaciones que fuera del campo resultan ‘incómodas’. Es decir, el campo del manga y anime da lugar al desarrollo y despliegue de identidades y orientaciones sexuales diversas. El look andrógino y el travestismo son uno de los núcleos sobre los cuales en su mayor parte giran las identidades e identificaciones sexuales. Particularmente los cosplayers con look andrógino pueden desarrollar identidades difícilmente clasificables como femenino o masculino dentro de los cánones occidentales, para lo cual el disfraz y la performance sirven de escudo de protección ante potenciales prejuicios. Generalmente hacen cosplay de pasillo, salvo raras excepciones.

Otro tipo de cosplay de pasillo es el de género/estilo, ya que no se sirven de la representación de un personaje en particular, sino que la premisa estriba en la representación de tipos propios del campo del manga y anime: mucamas, colegialas, *gothic lolitas*, robots, o figuras de hibridación de especies (animal-humano: mujeres gato), superhéroes o héroes anónimos, etc. Varios tipos de cosplay giran alrededor del look andrógino y/o travestismo y lo fantástico, que se ve favorecido con los elementos y accesorios que colaboran con la construcción de estas representaciones: pelucas de colores, lentes de contacto, uñas postizas, etc. Se trata de “el estilo entendido como

forma de rechazo” (Hebdige, 1979: 14), un rechazo a las convenciones culturales de los otros no otakus.

Además, existen tipos de cosplay basados en los estilos victorianos o góticos, muy recurrentes en las vestimentas de muchos personajes de manga y anime (si bien son dos estilos distintos, los entrevistados no supieron distinguirlos) es decir participantes que representan la época victoriana, también recorren los pasillos del lugar en busca del preciado reconocimiento, que se expresa a través de la captura de fotografías en pose, con indumentaria de época, y con rituales específicos, como la ingesta de té con *cupcakes*²⁹; en esta tipificación están incluidas las *gothic lolitas*³⁰.



Cosplay de Misa Amane, personaje de Death Note quién usa un atuendo adaptado a la moda Gothic Lolita.

Otro tipo de cosplayer es el tipo bélico, generalmente a cargo de agentes

²⁹ Curiosamente, los *cupcakes* como se los conoce hoy tuvieron su origen en EE.UU durante finales del siglo XVIII.

³⁰ *Gothic Lolita* o *GothLoli*, algunas veces conocido como "*Loli-Goth*" es una subcategoría dentro del estilo japonés "*Lolita*". Las Lolita enfatizan la ropa estilo victoriana y eduardiana y en ocasiones tratando de imitar el aspecto de las muñecas de porcelana. El período Rococó también ha sido definido como una influencia dentro de la moda *Gothic Lolita*. Sus practicantes combinan la estética de la moda gótica con un aspecto infantil típico de la moda Lolita.

masculinos, fascinados por los armas de guerra, armas blancas y elementos varios, pueden construir la representación del ‘duro’, del ‘macho’, con chalecos antibalas, borceguíes, boinas, y toda la parafernalia de las fuerzas armadas y/o de seguridad. Esto se debe al éxito de videojuegos bélicos o del género “*horror survival*” como *Resident Evil*, dónde fuerzas paramilitares deben combatir una invasión zombie. Cabe aclarar que si bien este tipo de trajes se han visto más en hombres, hay varios videojuegos y anime que tienen como protagonistas a mujeres militares o policías.



Maids y Butlers, mucamas y mayordomos. Exponentes del Maid Café³¹, local de bebidas y meriendas atendido por cosplayers góticos o victorianos.

Los cosplayers “asaltan” la cultura pop en general, tomando lo que más les gusta, y transformándolo en parte de su identidad momentánea, pasajera, en construcción constante. Por ello, también puede verse arriba o abajo del escenario las representaciones de figuras emblemáticas de la cultura pop occidental: Freddy Mercury, Freddy Kruger, Michael Jackson, Wally³², etc. Sobre esto, cabe resaltar aquellas performances que remiten a consumos culturales argentinos, como es el caso de la caja

³¹ Retomaremos esto en el capítulo 2.

³² Del dibujo animado *¿Dónde está Wally?* (1994)

vengadora³³ y el personaje de María Elena Fusenecco de *Casados con hijos*³⁴



Otros 'objetos' de cosplay: El cadáver de la novia, Freddie Mercury, Deadpool y Wally.

En tanto la tecnología es socialmente construida y lo social tecnológicamente construido (AAVV, 2010), puede considerarse al fan del anime y el manga en general como un híbrido tecnosocial, que busca salir de los binarios propios de la modernidad: mente-cuerpo, hombre-mujer, humano- animal, etc. Busca dualismos antagónicos sin fin (Haraway, 1991: 30). Desde lo hallado en el campo, cabe resaltar la observación de cosplayers que adoptan la apariencia de personajes que resultan híbridos irreconciliables con la cultura occidental y moderna, tales como: femenino/masculino, animal/ser humano, hombre/máquina, vida/muerte, etc., que desbordan los límites de los imaginarios occidentales.

³³ Publicidad de leche chocolatada Cindor, circa 2001.

³⁴ *Casados con hijos*, adaptación argentina de *Married with Children*, Telefé 2010.

De esta manera retomamos a Hebdige quien afirma que:

De modo semejante, las subculturas espectaculares expresan contenidos prohibidos (conciencia de clase, de diferencia) en formas prohibidas (transgresiones de los códigos de conducta y etiqueta, infracción de la ley, etc.). Son expresiones profanas, y a menudo se las censura, significativamente, como «antinaturales». Los términos que la prensa sensacionalista usa para definir a aquellos jóvenes que, en su conducta o vestuario, proclaman su adscripción a algún grupo subcultural (freaks), «animales [...] que, como las ratas, sólo se envalentonan cuando cazan en manada» parecen indicar que los miedos más primitivos derivados de la distinción sagrada entre naturaleza y cultura pueden verse evocados por el surgimiento de tales grupos. Sin duda, el quebrantamiento de las reglas es confundido con una «ausencia de reglas» (Hebdige, 1979: 127).

Al mismo tiempo, en tanto superación de dicotomías, el cuerpo dócil que procuran las sociedades de control también se reconfigura a partir de la construcción de un cuerpo en pleno contacto con el cosmos, con orificios corporales no clausurados, ya no como objeto de represión, sino configurado para el uso y disfrute en el encuentro con otros individuos/pares.

1.11. El Japón imaginado: colegialas y robots

Dado que Japón es el lugar de nacimiento de los productos culturales que la comunidad consume, los distintos eventos intentan construir una idea acerca de ‘lo

japonés' a partir de determinadas actividades y/o propuestas que los asistentes pueden encontrar. Esto lo desarrollaremos en el capítulo 2.

Es inevitable referenciar el análisis de Edward Said sobre las representaciones occidentales de lo oriental. Desde su perspectiva Said reconstruye las representaciones que históricamente se realizaron respecto de Oriente. Así, el Oriente solía representarse a través de la figura de un anciano –en claro contraste con la joven América, en tanto nuevo continente-, figura portadora de una sabiduría milenaria, con pies cansados, abatidos por el paso del tiempo (Said, 1997).

Desde estas nuevas representaciones de lo oriental, desde las organizadoras de eventos y que los propios fans construyen, la idea de la sabiduría milenaria y el paso cansino y aletargado de un gran continente es reemplazada por la figura de un nuevo y moderno Oriente representado a partir de los últimos avances la tecnología digital, en particular la robótica y la biotecnología. Se suma a esta nueva representación de lo asiático la construcción de una imagen femenina que transluce la idea de la mujer como objeto sexual, donde la inocencia y sumisión atribuidas a las mujeres orientales se representa a través de ilustraciones/imágenes de niñas-adolescentes portadoras de figuras exuberantes y desbordantes, en poses eróticas, donde en más de una oportunidad se deja ver la ropa interior. A esta práctica recurrente en manga y anime se la denomina fanservice³⁵. Al mismo tiempo se vincula a esta imagen de LoliCon³⁶ con un cierto empoderamiento femenino, ya que suelen ser estereotipos de las heroínas de manga y anime. Esta doble perspectiva tiene como contrapartida la popularidad de estereotipos masculinos más sensibles o empáticos con sus sentimientos, manteniendo

³⁵ Dícese de los guiños o elementos insertos en el manga, anime, juegos o comics que interpelan directamente a los fans.

³⁶ Lolita Complex, complejo de Lolita. Se llama así a la moda u obsesión con la apariencia aniñada pero con posible connotación sexual.

un fuerte sentido del honor. No solo se trata de colegialas sexies que controlan robots sino también de antihéroes que no temen llorar. Como afirma Matt Hills, esta percepción “tecnororientalista” de “lo japonés” que tienen los otakus hace que se sientan atraídos por el manga y el anime gracias a las diferencias estéticas mas que a una idea de cultura o nación. Los fans "exotizan" al manga y al anime basados en sus héroes trágicos y sinceros, relacionándolos con una "estructura emocional" similar a la de la subcultura otaku; centrada en una cotidianeidad sincera y dolorosa con los otros no-otakus que rechazan a estos fans. Es decir, un estado de marginalización cultural permanente. (Hills, 2002). Bajo esa empatía que los otakus pueden sentir con los personajes de manga y anime, llevan esa estética a un estereotipo de lo japonés, que impregna también aspiraciones y concepciones de vida diferentes a las occidentales.

1.12. Bellezas

Los otakus toman los signos y significados de otra cultura (ajena a la cultura en la que viven) y los reelaboran como propios. Se puede hablar de una "búsqueda de la belleza cuasi andrógina", sustentada por el concepto de belleza japonés, centrado en la combinación equilibrada de rasgos femeninos y masculinos³⁷. Los terminos utilizados para ello son *Bi-shonen* (*chico hermoso*) y *Bi-shoujo* (*chica hermosa*). No obstante, los otaku siguen teniendo conflictos de identidad o de búsqueda de un cuerpo ideal por más que no se corresponda al ciento por ciento con un ideal occidental. El cuerpo admirado ya no es una medida “90-60-90” o rasgos netamente masculinos para Occidente (barba,

37 Un ejemplo de esto es el cosplayer Frank Wolf, su página de Facebook es <https://www.facebook.com/frank.wolf.142892?fref=ts>.

complexión grande y equilibrada, musculatura desarrollada), sino una mixtura de los rasgos femeninos y masculinos al punto que estos no puedan diferenciarse. Es decir, no importa la cultura que se adopte sino que el conflicto y el proceso de formación de identidad en esencia es el mismo: ser aceptado por los demás.

Se reconoce entonces otra representación de lo oriental, a partir de la subcultura otaku. Esta perspectiva orientalista está construida a través de las apropiaciones y resignificaciones de las producciones culturales que consumen los otaku, es decir manga y anime. De esta manera se construye un “Japón imaginado” en el cual conviven día a día colegialas y robots (*mechas*³⁸).



Frank Wolf: ¿él o ella? ¿androginia o travestismo?

A esta altura del análisis surge otro interrogante: ¿a qué responde la fascinación de los consumidores (argentinos) respecto del país de origen de los productos culturales que consumen (Japón)? Sabemos que la lucha por el capital entre los otakus involucra

³⁸ Término utilizado en Japón para designar al subgénero de manga y anime cuyos protagonistas son robots.

asimilar una visión determinada sobre la cultura japonesa. Pero ¿por qué adoptar una cultura tan ajena? ¿Cuál es el propósito? Si lo es adquirir mayor capital dentro del campo ¿no alcanza solo con ser un consumidor activo?

Podemos decir que para algunos otakus, la fascinación por este universo exótico los llevó a interesarse y aprender más sobre la cultura japonesa, la búsqueda de información sobre la historia, comportamiento, etc. (Correia Lourenço, 2008: 220).

1.13. La presentación de la persona en la vida cotidiana

En referencia a los cosplayers y sus performances, podemos sostener junto a Goffman que la información acerca del agente y su máscara ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que pueden esperar de él (1981). Si conocen al individuo o saben de él en virtud de una experiencia previa a la interacción, pueden confiar en suposiciones sobre la persistencia y generalidad de rasgos psicológicos como medio para predecir su conducta presente y futura. Así, en el caso de que el cosplayer represente un personaje muy popular, resulta predecible cierto patrón de conducta, y no otro, porque el cosplayer adopta las actitudes más representativas del personaje que se propone interpretar.

Goffman plantea que la expresividad del individuo involucra dos tipos radicalmente diferentes de actividad significativa: la expresión verbal que da y la expresión no verbal que emana de él (Goffman, 1981). Por ello, será parte de sus intereses controlar la conducta de los otros, en especial el trato con el que le corresponden. Este control se logra en gran parte influyendo en la definición de la

situación que los otros vienen a formular. Así, siguiendo este razonamiento, cuando un individuo comparece ante otros, habrá por lo general alguna razón para que movilice su actividad de modo que esta transmita a los otros una impresión que a él le interesa transmitir (*ibídem*). Cabe aquí hacer una referencia particular sobre la conceptualización antes descripta. En este caso, Noelia desconocía por completo el personaje que un cosplayer representaba, a tal punto que escaparon de su atención determinados tics, o guiños de la conducta que resultan parte fundamental del personaje que caracterizaba: el entrevistado realizaba expresiones con sus ojos, levantaba las cejas y se colocaba una de sus manos por detrás de la nuca, entre otras acciones corporales. Fueron todos estos detalles observados por Gerardo, que a diferencia de Noelia, sí los capturó visualmente, los decodificó y reconoció el patrón de conducta del personaje que actuaba en y a través del cosplayer pues ya conocía la personalidad interpretada, por haberse establecido un contacto previo entre producto y consumidor.

Asimismo, otra de las situaciones se presentó en los espacios al aire libre de las instalaciones de la sociedad okinawense, recinto en el que se desarrollaba la convención Otaku Matsuri en marzo 2012, cuando un cosplayer que representaba al personaje de la película *Shrek*, “El Gato con botas”, “rogó” por agua a Noelia, en un día de elevada temperatura, enfundado en un mameluco de peluche anaranjado relleno de goma espuma, sosteniendo en sus manos el sombrero que cubría anteriormente su cabeza, tal como el personaje emociona a sus enemigos en el film, con ojos de dilatadas pupilas, orejas caídas y semblante intencionalmente conmovedor. El mismo cosplayer, un par de horas más tarde, resultó protagonista de una situación inédita y única en los concursos de cosplay observados, pues tras haber -podemos decir- sobrevivido a los treinta grados centígrados encapullado en su mameluco de peluche y goma espuma, y bañado en sudoración fue presa de una descompensación; instantes antes de realizar su

performance sobre el escenario, a fin de ser evaluado por el jurado. A raíz de esta situación de malestar y ofuscación, el cosplayer –descompensado como estaba- solicitó autorización a la organización³⁹ para salir de los camarines o tomar asiento. La respuesta fue negativa. Como consecuencia de esto, la performance derivó en un descargo a micrófono abierto a partir de lo cual el cosplayer descompensado hizo partícipe a toda la comunidad y público en general, sobre los malos tratos recibidos por parte de la organización y pidió disculpas por su no presentación.

Sobre esto, podemos reconocer lo que sostiene Goffman cuando afirma que se emplean prácticas correctivas para compensar los casos de descrédito que no se han podido evitar (Goffman, 1981). En el caso del cosplayer descompensado, se presentó lo que el autor consideraría una práctica defensiva (*ibidem*): técnicas empleadas para salvaguardar la impresión que los otros pueden tener del individuo. El cosplayer tenía manifiestas intenciones que el público y el jurado se llevaran las mejores impresiones de su presentación/performance, de la fidelidad y calidad de su representación, pero ante la imposibilidad recurrió a una estrategia correctiva de la situación, que tomó la forma de excusa/justificación, hacia el seno del campo.

Recapitulando todo lo hasta aquí expuesto, podemos señalar que la socialización de los otakus se realiza a través de la CMC, pero también se retroalimenta dentro de los eventos de manga y anime. Para realizar este proceso se necesita de un “otro” para poder reconocerse e identificarse. Es una subcultura que surge y se desarrolla en los márgenes de los márgenes del consumo cultural, amparada en una serie de rituales y espacios tanto virtuales como materiales, haciendo que la membresía del fandom esté construida a partir de no pertenencias y (auto) exclusiones (retomaremos

³⁹ Cada evento que se realiza tiene un grupo o productora que lo organiza, ésta debe garantizar la seguridad de los asistentes así como proveer atención médica ante cualquier urgencia.

este punto en el Capítulo 3). Por lo tanto la lucha por el capital se da por fuera del campo de la cultura legítima, más bien en un espacio ilegítimo; los estratos más bajos del “juego de legitimidad”, en comparación con otras subculturas consideradas legítimas por la opinión pública.

CAPITULO 2: EL EVENTO, DIMENSIÓN OFFLINE DEL COSPLAY

En este capítulo nos proponemos exponer un recorrido por lo que denominamos la instancia material del cosplay: el evento o convención de manga y anime. Es en esta, la dimensión offline, donde se desarrollan y tienen lugar algunas de las prácticas fundamentales de la comunidad (las cuales tienen su correlato online a partir de la CMC). Aunque muchas de las actividades cotidianas del fandom otaku se realizan a través de Internet, la comunidad deja espacio y tiempo físico para juntarse en pequeños grupos de amigos cercanos. Como complemento y para establecer contacto con sus pares lejanos, se congregan también en las convenciones otaku a las que asisten todos los miembros que adscriben a diferentes identidades dentro del campo: gamers⁴⁰, maids⁴¹, y cosplayers.

Para los cosplayers en particular, estos espacios son un lugar importante de intercambio de información y aprendizaje, así como de evaluación de los trajes y trabajos de otros. Los cosplayers están en contra de los disfraces diseñados por terceros sólo para atraer la atención del público; en cambio, están a favor de los trajes e interpretaciones más fieles. El mayor capital lo otorga la semejanza o fidelidad al personaje original (Ito, 2011).

⁴⁰ Fanáticos de los videojuegos.

⁴¹ Cosplayers femeninas que se disfrazan de mucamas que ofrecen servicio de cafetería, denominado *maid café*. En los eventos, este tipo de cosplayers no compiten en el concurso de cosplay, ni tampoco practican lo que denominamos cosplay de pasillo, sino que —en su gran mayoría— están afectadas a la empresa organizadora del evento. Las *maids* sirven café, chocolatadas o té, y productos de pastelería (bizcochuelos, budines, *cup cakes*, galletitas y demás productos panificados de elaboración artesanal). Las *maids* que brindan este servicio hablan estrictamente japonés (algunas son oriundas del país asiático) y se encuentra estrictamente prohibido tomarles fotografías sin dejar una propina previa.

Las prácticas culturales que tienen valor y significado dentro de esta subcultura son colaborativas, participativas y competitivas. Colaborativas porque el cosplayer nunca actúa solo. Participativa, porque de las críticas o recomendaciones de sus pares enriquecen su *expertise*. Competitiva porque el propósito último es adquirir mayor capital en el seno del campo. Las prácticas, acciones e interacciones nunca son ingenuas. La búsqueda de mayor capital es el fundamento de todas las interacciones en la comunidad otaku en general, y cosplayer en particular. Es un espacio en el cual la armonía y la discordia coexisten a través de negociaciones continuas.

Podemos sintetizar las claves de las prácticas del cosplay según lo planteado por Daisuke Okabe (Okabe, 2011) Según él, hay tres aspectos a considerar:

1 – Cultura del “hágalo usted mismo”.

2 – Revisión entre pares.

3 – Aprendizaje recíproco.

Durante el desarrollo del capítulo, analizaremos las dinámicas e interacciones de los otakus en los eventos en torno a los aspectos previamente mencionados.

2.1. Llegando al evento

Respecto del evento, como espacio donde se desarrollan las actividades cara a cara dentro de la comunidad otaku, podemos decir que la primera información que se puede encontrar es su publicidad. Desde ese dispositivo de promoción se anuncian los datos básicos: la fecha, el lugar, las actividades programadas, quién lo organiza y el

valor de la entrada (aunque esta información a veces es omitida), entre otros. La promoción del evento puede encontrarse por medios online u offline (en los foros y redes sociales o en afiches y volantes distribuidos tanto en comiquerías como en la vía pública en el radio cercano al lugar donde se desarrollará la convención).



Volantes de las convenciones AnimeFriends de Yamato Argentina y Otaku Matsuri de Tokyo-3. Nótese el hincapié en los invitados internacionales de una y el slogan “De fans para fans” en la otra.

Estas convenciones tienen distintas extensiones en el tiempo, variando de acuerdo al organizador y a la magnitud del evento a desarrollarse, pero todas tienen lugar durante los fines de semana. Algunos se desarrollan durante todo el fin de semana, es decir viernes, sábado y domingo; también tienen lugar durante los feriados

nacionales, incluyendo días de semana; y otros transcurren durante solo un día: o bien sábado, o bien domingo, según el organizador. Los horarios de las convenciones se extienden durante el día, generalmente desde las 11:00 hasta las 20:00 horas, por los costos. Es decir, las actividades son diurnas.

Las actividades nocturnas se realizan en eventos estrictamente reservados para mayores de edad, como fiestas temáticas con bloques de música pop japonesa y concursos de corte más erótico o sexy. La productora Jigoku se especializa en realizar fiestas otaku, en las cuales los participantes pueden bailar al ritmo de bandas de sonido de anime⁴² o intentar sesiones de *speed dating*⁴³ para conocer a una posible media naranja. No podemos pasar por alto las condiciones de admisión: solo mayores de 18 años y chicas gratis hasta las 24 horas. Una referencia ineludible a las bailantas, damas gratis para las pibas (y los pibes que las acompañan)⁴⁴. Retomaremos otras vinculaciones con las prácticas de la movida tropical mas adelante.

⁴² Bandas de sonido de las series de anime.

⁴³ Sistema de citas rápidas en las que distintos hombres tienen 3 minutos para hablar con diferentes mujeres y luego ellas eligen que candidato les gustó más.

⁴⁴ Cabe destacar la diversidad sexual que habita en el seno de este campo. La homosexualidad y bisexualidad son parte de los elementos identitarios fundamentales de los nativos. Sin embargo, estas homo y bisexualidad, aun se encuentran dentro del marco heteronormativo. Las entradas sin costo están destinadas a las chicas, pero no a los chicos. Sigue vigente la promoción “damas gratis” (como es usual en las bailantas), pero no “caballeros gratis”.



El boliche Otaku: porque 'nosotros' también tenemos derecho a divertirnos.

Los espacios físicos donde se desarrollan los eventos se caracterizan por contar con ambientes amplios –centro de exposiciones/convenciones, salones de fiesta, clubes sociales, etc. Al momento de llegar al lugar (ya desde antes de ingresar por la puerta de acceso), se distingue una numerosa y aglomerada fila de individuos, que generalmente se disponen en grupos, lo que permite la interacción grupal durante la espera por el ingreso, similar a la espera por un recital. Una vez que se llega a la puerta, debe abonarse el ticket de entrada (si es que no se compró de modo anticipado), y luego dirigirse al sector donde el personal de la organización cortará el ticket, y realizará una inspección ocular de los elementos que se ingresan al recinto. No están permitidas las

armas blancas, ni ningún tipo de elemento contundente: fibrones, reglas, y/o demás útiles escolares, u objetos arrojadizos entre otros.

2.2. Los nativos

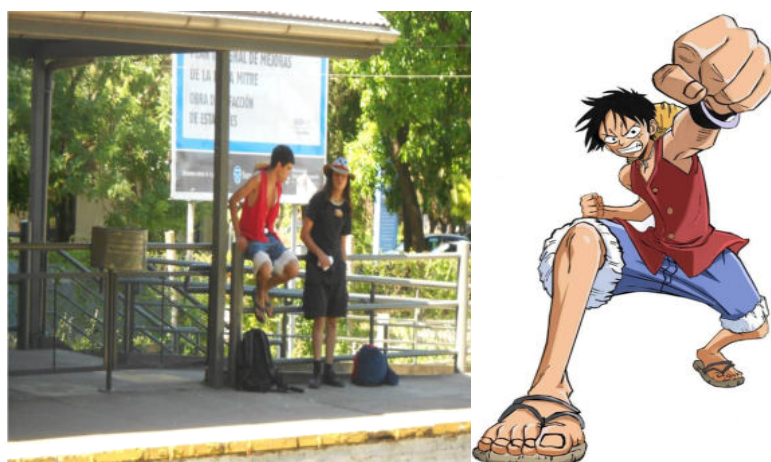
Los participantes hacen a la estética del campo, pues aun antes de llegar al sitio donde se despliega la convención, en las inmediaciones ya se puede reconocer la proximidad de este ‘núcleo de fanatismo’, como un ‘efecto de campo’ (Bourdieu, 1987) pues resultan distinguibles los sujetos que asisten regularmente a los eventos y sostienen el estilo otaku. Se los puede reconocer incluso en el transcurso del viaje hacia el evento, sobre todo en transporte público.



Los pins como insignias de una identidad anclada en distintos consumos culturales.

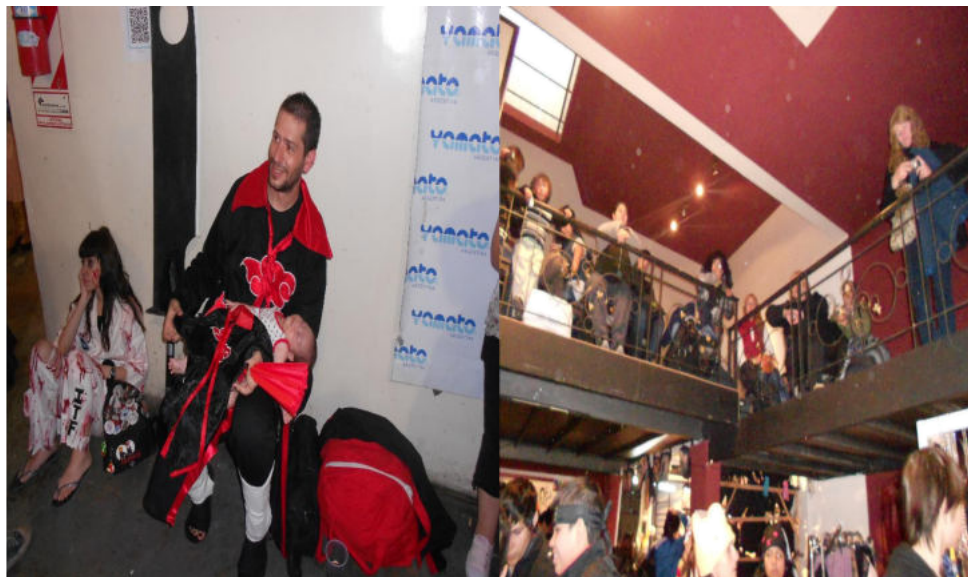
La estética otaku es identificable por los siguientes elementos: predominancia de pins con imágenes de anime o manga, en un tamaño que abarca una gama de dimensiones entre una escarapela (de las redondas con botón) hasta un posavasos; cabelleras de colores (pueden ser pelucas), peinados que desafían las leyes de la física, incluso algunas de aspecto poco higienizado; gorros/sombreros del estilo ‘de peluche con orejas de algún animal’; diversos accesorios de animalización: colas de gato, orejas de animales tipo vincha; son éstos “objetos que pese a todo cobran, una dimensión simbólica, y acaban convirtiéndose en una especie de estigmas, en las pruebas de un exilio autoinfligido” (Hebdige, 1979: 15).

Además, siempre se presentan como mínimo de a dos, es poco frecuente que el otaku vaya solo a la convención sin reunirse con sus pares.



Cosplayer esperando el tren en las inmediaciones de la convención Yamato After Friends, estación Migueletes ex Línea Mitre (TBA). El cosplayer representa al personaje Luffy, del manga One Piece.

Dentro del evento se puede distinguir al ‘nativo’ (otaku) del circunstancial visitante. Decimos esto porque los nativos, en una gran porción de población, son menores, por lo que sus padres en ocasiones los acompañan durante la espera, mientras hacen la fila para ingresar, y al llegar a la puerta de acceso se retiran. No obstante, hay algunos padres que efectivamente ingresan, generalmente a fin de convertirse en asistentes/colaboradores de los participantes del concurso de cosplay, que en algunos casos necesitan asistencia técnica; o tan solo actúan como admiradores de sus propios hijos, haciendo ‘el aguante’.



Padres que acompañan a sus hijos tanto en rol activo como pasivo. El papá cosplayer de la izquierda realiza cosplay de pasillo junto a su pequeño hijo, representando –ambos– al clan Akatsuki de la serie Naruto, en la Animate 2012⁴⁵. Los papás de la derecha se ubican en espacios que funcionan como palcos en el Centro Okinawense, durante la Otaku Matsuri en marzo 2012. Allí, los papás se ubican para asistir con el vestuario y peinados a sus hijos cosplayers, cuidar sus pertenencias y tomar vista del escenario al momento del concurso.

⁴⁵ Le preguntamos al cosplayer si el bebé efectivamente era su hijo. Nos respondió afirmativamente.

2.3. ¿Qué hacen?

Las actividades que se proponen durante el evento son variadas, pero todas se sintetizan en el consumo. La idea primigenia es la invitación a comprar: desde la entrada al evento hasta cubrir un amplio abanico de productos y servicios (merchandising, comida, talleres, publicaciones, video juegos, etc.) que desarrollamos a continuación.

Se ofrecen actividades lúdicas con carácter competitivo: participar de certámenes de karaoke, trivias de preguntas y respuestas, partidas de video juegos (gamers), y lo más importante del evento: el concurso de cosplay. En el cronograma de actividades previstas para la jornada se ubica esta competencia al final, como última actividad, como coronación de un día de múltiples atracciones.

Existen, además, otras actividades que se nuclean alrededor de la cultura japonesa, es decir lo netamente japonés. Las propuestas invitan a degustar platos originarios de tipo artesanal y platos y/o productos alimenticios industrializados (helados, gaseosas, golosinas).



Golosinas asiáticas, réplicas de katanas y las apropiaciones locales de platos japoneses como el Yakitori convertido en Tori-pan. Mención aparte merece la caja peronista con sus “ofertas populares para el pueblo otaku”.

También se desarrollan talleres y presentaciones de actividades ligadas a las tradiciones japonesas: *origami*⁴⁶, *sushi*⁴⁷, *ramen*⁴⁸, ejecución de instrumentos de

⁴⁶ Técnica de doblado de papel.

⁴⁷ Alimento realizado a partir de pescado crudo y arroz.

⁴⁸ Plato a base de fideos y sopa.

percusión (*taiko*)⁴⁹, lucha de *Sumo*⁵⁰. Estos, se suman a otras más tendientes al tono pop de la cultura japonesa actual: servicio de té ofrecido por camareras que hablan exclusivamente en japonés, talleres de dibujo de anime, modelado de figuras, etc.



Demostración de taiko, percusión japonesa.

Las interacciones también surgen desde el seno de la comunidad de nativos otaku (sin injerencia de la organización). Algunos invitan a participar algunas acciones con otros nativos, por ejemplo, los que llevan colgados en su vestimenta (cubriendo el pecho y/o la espalda) leyendas de invitación tales como: ‘se regalan abrazos’, ‘se regalan picos’. Quienes sostienen sobre su cuerpo estas leyendas se dedican a recorrer

⁴⁹ Percusión japonesa.

⁵⁰ Tipo de lucha libre de origen japonés donde dos luchadores contrincantes -o rikishi- se enfrentan en un área circular. Mantiene gran parte de la tradición sintoísta antigua.

los pasillos de las instalaciones, paseando ‘a la pesca’ de algún/a participante que se sienta interpelado por su propuesta. Otro tipo de “leyendas móviles” ya no son del estilo amistoso/amoroso, sino que resultan una especie de guiño a los otros participantes, usando un código alfanumérico se esgrimen mensajes que resultan crípticos y cifrados (Jenkins, 2009), por lo que quien no logre decodificar el mensaje se ‘queda afuera’; como le sucedió a Noelia, quien no conocía ninguno de estos códigos; a diferencia de Gerardo, quien ya conocía este tipo de mensajes cifrados. Esta es una de las pocas actividades en las que no interviene el mercado de modo directo. En las siguientes imágenes puede apreciarse esta situación:



Abrazos para todxs. El nativo de la izquierda establece su petición en inglés, “dame un abrazo”, usando además un emoticón (^_^), que refiere a una ‘carita feliz’.

El nativo del medio representa con la máscara a Shinigami: dios o espíritu de la muerte con forma de fantasma. El nativo de la derecha es un ‘furry’⁵¹ En todos los casos, la intención es siempre establecer un contacto amistoso a través de los abrazos.

⁵¹ Del inglés *fur*: piel o pelaje animal.

Respecto de los productos culturales específicos del campo del manga y anime, se exhiben fragmentos de series animadas en pantallas gigantes, generalmente las bandas de sonido de apertura y/o cierre, lo que origina un concierto a viva voz de los miembros de la comunidad, pues se exhiben los fragmentos de anime considerados míticos o legendarios dentro del campo, como *Los Caballeros del Zodiaco*, *Sailor Moon*, *Los Supercampeones*, entre tantos otros. También se realizan presentaciones en vivo de cantantes y/o bandas de música que hacen covers de las bandas sonoras de las series favoritas de los otakus, generando un mini recital que incluye la práctica del pogo. Aquí se superponen las actividades e identificaciones culturales, en estos eventos se practica el pogo al mismo tiempo que se bailan, espontáneamente y de modo aislado, canciones de cumbia, tal como mencionamos anteriormente.

Otra atracción dentro del evento la constituye la presentación en vivo de los locutores que realizan los doblajes latinos de las series animadas, ya sean japonesas o de otro origen. Son las voces de los personajes de las series y películas que se presentan en persona y hacen participaciones durante el evento demostrando que son quienes efectivamente realizan los doblajes del idioma original al español latino⁵². En algunas oportunidades, se invita al escenario a algunos miembros de la comunidad a jugar a hacer doblajes, junto con el invitado de honor. Se toman escenas míticas para representar y ponerse en ‘el papel de’. Entre otros se ha presentado Patty Acevedo, quién dobló a Sailor Moon y a Lisa Simpson; también resulta habitual la presentación de Humberto Vélez, la voz de Homero Simpson⁵³.

⁵² Tipo de doblaje para América Latina que suele realizarse en México.

⁵³ Las convenciones suelen traer como invitados no solo a personalidades relacionadas con la subcultura otaku, sino también artistas pertenecientes a comics, series o procedentes de otros fandoms, como los fans de *Star Wars*.

Otra de las posibles presentaciones en vivo la constituyen las bandas de música de Japón, por ejemplo de estilo heavy metal. El grupo musical X-Japan⁵⁴ –para Noelia, una especie de Rata Blanca⁵⁵ japonés, con el mismo espíritu, las mismas edades y las mismas cabelleras; mientras que para Gerardo se acercan estéticamente al *Visual Kei*⁵⁶– es una de las agrupaciones más importantes de la industria cultural japonesa en la actualidad. Sus conciertos son publicitados en algunos de los eventos (sobre todo si los patrocina e invita la misma productora organizadora de la convención).

Todo esto toma la forma de un mundo de fin de semana (Jenkins, 2010: 313), literal y metafóricamente, una carnavalización del punto de encuentro, donde los fans desarrollan prácticas de interacción cara a cara que resultan complementarias de las interacciones mediatizadas. Podemos decir que el propósito último de las interacciones (cara a cara y online) es establecer conexiones con pares, con los que comparten gustos en común, y potenciales encuentros sexuales y/o amorosos. Se reconoce que la educación sentimental callejera es desplazada por nuevos circuitos de circulación y presencia. Así, la cultura romántica callejera de galerías, locales comerciales o shopping encuentra otro nicho de desarrollo dentro del seno de los eventos, que se complementa con las interacciones a partir de la CMC. Los nativos que llevan leyendas, están en zona de cortejo, de levante.

⁵⁴ Legendaria banda de heavy metal formada por Yoshiki y Toshi durante 1983. Su música se caracteriza por un gusto por el metal clásico, mezclado con líneas de batería rápidas y variables, líneas de guitarra con un fuerte componente progresivo, y grandes influencias de música clásica.

⁵⁵ Banda de heavy metal y power metal formada en la ciudad de Buenos Aires, en 1986. Se lanza al estrellato en la década del '90, destacándose como una de las bandas argentinas más populares.

⁵⁶ Movimiento estético y musical surgido del Metal Japonés y el rock japonés, la estética de esta escena fue influenciada principalmente por el Glam Metal y el Post-punk además de un toque de la misma cultura japonesa, como la del teatro Kabuki

2.4. La mirada cosplayer de la cuestión otaku

En la siguiente imagen (tomada del página de Facebook de Jigoku Eventos) se presenta un texto producido por un miembro de la comunidad respecto de cómo ve el cosplayer a la convención:



Si tenemos en cuenta el discurso cosplayer que circula a través de esta parodia de los ‘eventos de comics’, tal como lo señala su autora Gabi Barba, podemos reconocer varias de las lógicas del campo:

El valor de la entrada no resulta casual que sea lo primero a considerar por el fan, pues el precio (el capital económico) limita, condiciona el ingreso a los circuitos, a la posibilidad de interacción en el plano offline. En un principio, ir disfrazado era la novedad, cuyo premio a la audacia era la entrada gratuita; varios cosplayers entrevistados comenzaron así.

En segundo término, en relación directa con el precio de la entrada, se mencionan los servicios y disponibilidades que se brindan dentro de las instalaciones por parte de la organización: capacidad de asistentes, espacio para cosplayers (vestuarios, salas de espera, camarines, etc.), dimensiones del escenario, disponibilidad técnica (sonido e iluminación, pantallas gigantes) ya que la performance se acompaña en muchos casos de la puesta en escena que completa el *acting*: iluminación, sonido y escenografía. En muchos casos, resultan fundamentales para la puntuación por parte del jurado, si la performance es pobre, se puede compensar con una buena escenografía o una buena elección del sonido, por lo que resulta tan fundamental como la vestimenta y la pose misma.

La cuestión de los descuentos para los cosplayers es tema de frustración o descontento, porque evidencia el malestar que representa para los cosplayers de escenario que para la organización resulten de la misma categoría el cosplayer de concurso y el otaku, que solo por portar con los accesorios básicos de los otakus (orejas y colas de animal, por ejemplo) ya es considerado cosplayer, y así logra obtener los beneficios de pertenecer a la “casta” cosplayer (descuentos en la entrada o directamente

entradas gratis); beneficios que para pesar de muchos cosplayers ya no existen en la actualidad.

Respecto de las interacciones entre los cosplayers y los otros asistentes a la convención, puede considerarse lo ya expuesto sobre la noción de sexualidad que se erige dentro de la comunidad: una sexualidad híbrida, andrógina, y al mismo tiempo, y un tanto paradójicamente, una concepción de la mujer como disponible, como objeto sexual a disposición de las voluntades masculinas, que puede llevar al tipo de invitaciones de las que se queja Gabi Barba y a las que se encuentran expuestas las cosplayers que van en grupos femeninos. Sin embargo, al mismo tiempo la práctica del *crossplay*, es decir, realizar cosplay de personajes de un género distinto al propio (travestismo) permite la cosificación de lo masculino como objeto sexual. Esto se debe a la popularidad del género de manga y anime *Yaoi*, que consta de relaciones románticas entre hombres con los papeles de *Uke* (pasivo) y *Seme* (activo). Este tipo de cosplay es frecuentemente realizado por chicas.

Además, entre los estereotipos de los otakus, dentro del foro Cosplarg.ar surgen algunos a partir del posteo de algunos miembros:

Los estereotipos de la gente del ambiente:

- el que grita desde el público insultos al que está en el escenario
- el que va 300 veces a la misma convención de la que 800 veces se queja xD
- el que arma camarilla en contra de alguien que aparentemente le quito novio/a se hizo un cosplay que quería hacerse, formo un grupo etc.
- Fulano me copio una idea, yo la había visto para venderla primero.
- La organización X hace el evento el mismo día que el otro porque antes eran uno y ahora compiten (Miembro del foro CosplArg.com.ar, noviembre 2011).

De este modo, se reconocen diferentes tipos de conductas dentro de la comunidad que atentan contra el equilibrio del ecosistema otaku. Retomaremos esto más adelante.

2.5. El concurso de cosplay como centro de atención

Dentro de la dinámica y la organización de las convenciones, los concursos de cosplay suelen estar diagramados como atracción al final de la jornada. Teniendo en cuenta las observaciones realizadas en los distintos eventos podemos decir que la secuencia y reglamento de los concursos es bastante similar; no así los premios o circuitos de competencia en los que se ubican según la productora que los organiza. Existen diferencias y suelen incluir concursos complementarios dividiendo en secciones amateur y profesional.



Área de vestidores y espera previa al concurso.

El circuito de empresas productoras de eventos concentra el calendario de convenciones en diferentes fechas a lo largo del año, por ejemplo Yamato Argentina, a través de su concurso internacional Yamato Cosplay Cup realiza pruebas clasificatorias para la final que se disputa en Brasil, país de origen de la productora. Estas se realizan en los eventos más grandes del país, Anime Friends y After Friends, durante los meses de julio y diciembre respectivamente.

Cada productora publica el reglamento pertinente en sus páginas web así como también estipulan un calendario de concursos eliminatorios y una final internacional. En paralelo al caso de Yamato Argentina, Tokyo-3 presenta el circuito “AnimeLa” cuya final se realizó en Paraguay.

En los concursos menores los premios suelen ser en efectivo o merchandising de algunos de los expositores de la convención. Asimismo pudo observarse en las convenciones de Anime Friends dos competencias en paralelo: la Yamato Cosplay Cup (YCC) y el desfile general de Cosplay. Durante el fin de semana que dura el evento se reservan diferentes días para cada concurso. Más allá de los premios, la consigna es ver

y ser visto. De hecho, en varios concursos, durante el desarrollo el público colmaba el espacio pero al momento de anunciar los ganadores solo quedaban los familiares y/o amigos de los competidores.

2.6. Kamera Kozo (Chicos cámara)

Este término fue empleado en Japón para designar a los fotógrafos semiprofesionales o amateur que cuentan con cámaras de alto nivel, cuya principal actividad en los eventos es montar sets para armar books de fotos con cosplayers. De esta manera se genera una relación de doble beneficio entre los agentes, ya que una vez publicadas las fotos en un foro o directamente en el perfil de facebook del fotógrafo, el cosplayer puede etiquetarse y generar un reconocimiento mutuo entre sus pares.



Fotógrafos y cosplayers: una relación de reciprocidad.

Entonces, en las convenciones pueden observarse acciones espontáneas de los cosplayers con el fin de atraer atención, divertirse y ser reconocidos posteriormente por otros miembros de la comunidad. Aquí el capital reside en poder ser reconocido.



Exhibición espontánea – Team Street Fighter



Practicando performances antes de subir al escenario: Team Resident Evil

El cosplay es una actividad extremadamente colaborativa y –por necesidad- una actividad social. Podemos referirnos a esta comunidad como, grupos sociales que están definidos por un conjunto de prácticas, normas y roles; que establecen redes de comunicaciones autogeneradoras que se comunican a través de pensamientos, significados y prácticas comunes. Así, los valores y las identidades emergen de las prácticas compartidas y las relaciones sociales. La creación de sentido para los cosplayers no es solitaria ni temporal. A través de la continua participación y la actividad de una multitud, el cosplay se convierte en una práctica cultural. Cada característica individual y práctica de los miembros está construida por las relaciones dentro de la comunidad. La comunidad del cosplay no es una entidad homogénea pero es un lugar de significado negociado. Los cosplayers también “navegan” múltiples identidades (Ito, 2011).

2.7. Carnavalización

En tanto conjunto de ideas sobre el mundo y su existencia, y salvando las enormes distancias existentes⁵⁷, podemos reconocer en la cosmovisión del otaku ciertas semejanzas con las perspectivas de las sociedades medievales previas a la Reforma. Tal como Bajtín realizó un recorrido analítico sobre las características del carnaval en la cultura medieval, podemos detenernos en un detalle microscópico, y excepcional, de los eventos otaku que presenta ciertas características que nos resultan análogas -aunque no homólogas- con tal caracterización, tales como: la asunción de una nueva identidad,

⁵⁷ Los otaku son una minoría dentro del contexto sociocultural actual, mientras que en el carnaval medieval participaban todos los miembros de la sociedad

que permite una interacción diferente a la de la vida cotidiana a través del cosplay, del disfraz. Los sujetos con escaso capital social, adoptan una máscara y asisten al “carnaval” (evento), con la intención de adquirir ese capital que le escasea en situaciones ordinarias. El minusválido social, que no posee capital simbólico fuera del campo otaku, puede adoptar una identidad que le permita desarrollar otras actitudes frente a sus semejantes. El tímido puede ser valiente por un día o mejor aún, cualquier cosa que le plazca.



Roberto haciendo crossplay –cosplay travestido- de Asuka (del anime Neon Genesis Evangelion)

Reconocemos la posibilidad que detentan los cosplayers de poder constituirse en un nuevo yo, es decir, ser ‘otro’ por determinado plazo. La representación de personajes involucra además del vestuario, determinada actitud y conducta consecuente al personaje representado. El cosplayer se enmascara detrás de determinado personaje o estilo y asume su personalidad durante el tiempo que dure el evento. Esto es llevado con

gran responsabilidad, se evita dejar en ridículo al personaje, para evitar sanciones de parte de sus pares. Podemos reconocer el uso de determinada fachada o máscara (Goffman, 1981) que asume. Así, las identidades se vuelven frágiles, temporarias y con fechas de vencimiento (Bauman, 2007). El evento tiene una fecha y una hora de vencimiento. Sin embargo podemos sostener que la identidad se sigue construyendo desde la web, en el plano online. Es decir, el otaku “armado hasta los dientes”, cuando termina la jornada, se quita ‘la máscara’ (el disfraz), se toma el colectivo hasta su casa y desde la web sigue construyendo esa identidad (u otras), pero a través de la CMC.

A pesar de su prevista expiración, estas convenciones cumplirían el rol de espacio de encuentro y celebración de la existencia, existencia del campo, de la comunidad y de su capital específico: el saber de experto. Podemos decir que el cuerpo del cosplayer y la comunidad otaku “son los últimos puestos defensivos del casi abandonado campo de batalla donde cada día se entabla la lucha por la seguridad, la certidumbre y la protección” (Bauman, 2007: 195). Paradójicamente las comunidades tienden a ser “volátiles, transitorias, su tiempo de vida es breve y lleno de sonido y furia” (*ibidem*). Y al mismo tiempo, funcionan como refugio o espacio de búsqueda de certidumbre y protección.

Asimismo, los miembros de la comunidad “no extraen poder de su expectativa de duración, sino de su precariedad y de incierto futuro, de la vigilancia y de la inversión emocional exigida por su frágil, pero furibunda, existencia” (Bauman, *op. cit.*). Sobre la base de estas premisas, los otakus construyen sus identidades en una comunidad que les permite tener un sistema propio de valores, una alternativa a las formas sociales imperantes en el “mundo normal”. Las comunidades de guardarropa propias de la modernidad líquida, “contribuyen a la perpetuación de una soledad que busca desesperada pero vanamente alivio en los raros emprendimientos colectivos

concertados, y sobre todo, armoniosos” (*ibidem*). Sin embargo, estos emprendimientos no resultan armoniosos en todas sus dimensiones. La búsqueda de obtención de mayor capital en el campo inevitablemente conlleva intrínsecamente luchas y/o disputas al seno de la comunidad. Así, en un mundo feliz de fin de semana también tienen lugar los disensos entre los otakus, la competencia por el reconocimiento y el prestigio entre pares es uno de los pivotes en los que se basan las interacciones tanto en la dimensión online y offline.

2.8. Disfraces hechos a mano

Los cosplayers pueden comprar trajes de personajes de anime populares en negocios especializados o vía online. Sin embargo, la mayoría de los atuendos de muchos personajes no se consiguen comercialmente. El cosplay va más allá de simplemente vestir un disfraz y posar frente a la cámara. Poder realizar tu propio traje es una práctica central en el cosplay. Este espíritu de “hágalo usted mismo” se ha convertido en un canon dentro de la comunidad. Fallar en este punto puede ser visto como un rechazo a los valores de la comunidad, y en caso de usar atuendos comprados, los cosplayers suelen disculparse ante sus pares (Ito, 2011). No solo se disculpan, sino que también dan cuenta del conocimiento de las reglas y valores internos de los cosplayers. Esta práctica de hacer tu propio traje sirve como un indicador básico de la identidad de uno mismo como cosplayer. Así, se evidencia una de las dimensiones que conceptualiza Daisuke Okabe, la cultura del “hágalo usted mismo” (Okabe, 2011).

Los cosplayers hacen más que sus propios disfraces, comparten reglas y códigos de conducta que se construyen y mantienen con la práctica cotidiana. En este sentido, las reglas y códigos de la comunidad son creadas por una comunidad amateur más que por una autoridad externa o bajo estándares profesionales. Tanto los cosplayers como los organizadores de eventos han construido un cuerpo de reglas y códigos de conducta. Respecto de los códigos de conducta ya establecimos en el Capítulo 1 ejemplos de cómo se actúa frente a una cámara dispuesta a disparar una toma, siempre en pose.

Respecto de la revisión entre pares de la comunidad, podemos señalar que los estándares que definen la calidad de un cosplay no están basados en valoraciones individuales o accesibles al público general (no cosplayer). Se considera más significativa la creación de un traje que sea aceptado por una comunidad con pocos miembros que por el público en general. Si un cosplay es “bueno” o “malo”, no tiene sentido fuera de esta comunidad subcultural. Es más importante la aprobación de sus pares que cualquier métrica ajena a su grupo, en particular si el disfraz coincide con el físico del cosplayer y es idéntico al original.

2.9. ¿Escote mata armadura?

Reconocemos que los cosplayers buscan atención, reconocimiento entre sus pares. Como se dijo anteriormente, existe un capital, un conjunto de valores que otorgan jerarquía a un cosplayer dentro de su campo. En una de nuestras primeras observaciones uno de los participantes de un concurso en el evento Otaku Matsuri exclamó que su

performance se vio desfavorecida por la de una cosplayer cuyo atuendo era bastante revelador, acuñando la frase “escote mata armadura”, es decir, según este nativo sería más importante posar con un traje de corte erótico antes que el desarrollo de un disfraz complejo o coherente con un personaje o historia. Teniendo en cuenta la idiosincrasia de ciertos estereotipos de personajes femeninos, es posible pensar en ello. No obstante el trabajo artesanal y la ejecución de una mimesis con el personaje a representar pueden ser valores con mayor reconocimiento dentro de esta comunidad.



Ganadoras de los distintos concursos de cosplay... ¿escote mata armadura?

Por ejemplo, el ganador del concurso de cosplay de la convención Animate de julio de 2012, exhibió un disfraz de Mewtwo (Personaje de Pokemon⁵⁸), cuya manufactura era evidentemente artesanal. Con esto queremos decir que era bastante rústico en comparación con otros que evidenciaban cierto halo ‘profesional’: se le notaban las groseras puntadas en las costuras, tonos que contrastaban llamativamente con la tela, muchas de las cuales en ciertas zonas se habían roto evidenciando un agujero en el traje. Sin embargo, éste resultó ganador. ¿Por qué? Porque la contextura física del participante encajaba a la perfección con el personaje representado. Además, lo sustancial del disfraz resultó ser la especie de casco que el cosplayer había confeccionado a fin de graficar a la perfección una característica del personaje: al ganar más ‘poder’ (no en el sentido bourdiano) el personaje adquiere un nuevo rostro. Esta situación fue representada por el cosplayer perfectamente, lo que derivó esta característica fiel del personaje en la obtención del título mayor.



Cosplayer representado al personaje de Mewtwo, de la serie de anime Pokemon, ganador del concurso cosplay Animate 2012.

⁵⁸ Anime emitido en 1997, cuenta la historia de un niño que viaja por el mundo coleccionando y adiestrando criaturas llamadas Pokemon (Contracción para Pocket Monster).

Los cosplayers son estrictamente evaluados entre sí, sus experiencias se distribuyen, se intercambian y se usan como representaciones de conocimiento compartido dentro de la comunidad cosplay. En contrapartida, los cosplay que son favorables para la mirada de los extraños (otros), no tienen valor para los cosplayers. En el ejemplo anterior la situación resulta al revés, para el ojo no experto –Noelia por ejemplo-, el cosplayer ganador quizás no reunía las características más destacables dentro del evento, como otros que sí podían haber alcanzado tal nivel de semejanza con el texto original. Tal es el caso del cosplay de *Alien vs. Depredador* que llegó a la final, pero no ganó.



Alien vs Depredador, performance en pareja Llegaron a la final, pero perdieron ante el cosplay de Mewtwo.

Respecto del aprendizaje recíproco, tercera dimensión propuesta por Daisuke Okabe (2011), podemos reconocer que la comunidad cosplayer es construida y mantenida desde y por sus propios miembros. Aprender dentro de ella no requiere manuales, guías o maestros. No tiene jerarquías institucionalizadas, ni valores formales ni requisitos oficiales de membresía. En consecuencia, el ambiente de enseñanza difiere de lugares tradicionales como aulas y está basado en la naturaleza recíproca del aprendizaje entre miembros. Estas convenciones sirven para intercambiar información

variada, desde cómo hacer trajes, eventos dónde participar, información sobre telas y lugares para comprar materiales, etc. A veces surgen discusiones sobre peinados, interpretaciones de personajes o cómo confeccionar los disfraces. Esta información se comparte a través de conversaciones y se acumula en un cuerpo de conocimiento dentro de la comunidad cosplayer.

Asimismo, la participación y la colaboración de la comunidad llevan a resolver problemas particulares. La interacción entre novatos y veteranos también es oportuna para el aprendizaje recíproco, cada miembro representa una posibilidad para aprender entre pares, otra de las variables que aparecen en las comunidades de fans.

2.10. Aprender de otros (aprendizaje social)

A diferencia de otras instituciones de educación formal, las comunidades cosplayer no tienen maneras sistemáticas para transmitir el conocimiento o las habilidades necesarias para subsistir en el campo, como puede ser la institución escolar. Los novatos utilizan revistas o fuentes online para incorporar las prácticas de la comunidad bajo la guía de miembros más antiguos, de otra manera sería muy difícil moverse dentro del grupo por sí solos. Por ejemplo, los consejos que se les brinda a los “nuevos” durante las sesiones de fotos, les otorgan una forma de acceso a las prácticas culturales dentro del cosplay.

Las transmisiones en el evento y durante las performances se realizan in situ y se acumulan así los saberes, pero el espacio de la web permite conservar el registro de los

consejos, cánones, conocimientos de la comunidad que se comparte, que se transmite de expertos a novatos. Retomaremos este punto a fin de desarrollarlo en profundidad en el capítulo 3.

2.11. Convergencias

Además de la “convergencia cultural” (Jenkins, 2008) también reconocemos dos tipos adicionales de convergencia: de prácticas y de corporaciones (*ibidem*). Por el lado de prácticas, en tanto se encuentran, entre otras, dos cosmovisiones diametralmente opuestas como las de Occidente y Oriente; y por el lado de las corporaciones, reconocemos la existencia y el desarrollo de mercados (oficial y under) que conviven no necesariamente de modo pacífico, y en sus desequilibrios los fans encuentran, como cazadores furtivos (De Certeau, 1996), los intersticios por donde filtrar sus producciones (*fansubbing*, *fandubbing*, confección de cosplay, muñecos y merchandising artesanal). Pues, las organizadoras de eventos ofrecen el espacio físico para desarrollar los eventos y sus actividades, pero no ofrecen ‘moldes’ para hacer cosplay. Esto corre por exclusiva cuenta del cosplayer. La producción de disfraces es artesanal, por lo tanto la calidad del cosplay depende de la pericia del cosplayer para cortar y coser telas, confeccionar accesorios, y representar al personaje en un *acting* acorde.

Aun así, la producción independiente se encarga de generar un mercado paralelo de bienes que en otro contexto no se consiguen (desde mangas de Japón, “*maid cafés*” o

katanas), pero que paradójicamente consiguen exposición y visibilidad a través de los eventos organizados por productoras que dominan este mercado. Como se mencionó anteriormente, dentro del espacio de acción de estas organizaciones se manifiestan diferentes posicionamientos, y la perspectiva de cada uno de los organizadores varía. Se construye un estilo de evento diferente y a partir de ello un tipo diferente de interpelación al otaku y/o cosplayer.



Maid café, un stand donde está estrictamente prohibido sacarle fotos a las mozas (maids) a menos que se deje una propina.

Yamato Argentina se promociona como “mediador oficial” o intermediario que puede acercar artistas japoneses y merchandising original a los otakus. Si bien gracias a esta estrategia comercial puede considerarse que es la productora líder del mercado (con eventos a los que asisten entre 2000 a 5000 personas), existen otras organizaciones como Tokyo-3, cuyo posicionamiento se resume en el slogan “de fans para fans”, buscando tener una experiencia de comunidad menos mercantilizada y más fraternal.

Otro nicho explotado por las productoras, en particular Jigoku, corresponde a la subcultura gamer y las fiestas nocturnas. Como se trata de consumos e identidades múltiples y compatibles, es decir, se puede ser gamer, otaku y fan de series de ciencia ficción; convenciones como Animate suelen ampliar la oferta de consumos trans fandom. Puede decirse también que el evento es una fuente de recursos, pues se va a buscar un consumo determinado y pueden aprenderse cosas nuevas, como técnicas de cosplay nuevas.

Otra de las apropiaciones comerciales o mercantiles están basadas en estrategias de guerrilla o nicho, es decir pequeños públicos pero bien segmentados con consumos definidos, tal es el caso de los cosplayers que quieren tener un peinado idéntico al personaje que representan. Para ello recurren a las competencias y saberes de sujetos sociales ajenos al campo, pero cuyos servicios resultan estratégicos para lograr un buen cosplay. Como afirma “C”, peluquero:

No sabía de qué se trataba. Para saber me involucré viniendo a varios eventos. Y para saber más me llamó la atención que cada interpretación que hacían los chicos era un lookeo totalmente [sic]. Lo hacían entre ellos y me encantó. A parte es decir ¡guau! se ayudan entre ellos y que salga lo que salga. Yo veía los defectos, como soy profesional, pero quiero involucrarme para que salga bien. Y así me fui metiendo tanto que ahora soy peluquero cosplay. Te vendo el gel, te enseño como usarlo. Te vendo el spray, te enseño como usarlo. Porque no todo el mundo sabe cómo usar esas cosas (C, Peluquero cosplay, en Otaku Matsuri, Marzo 2012).

Otro ejemplo de captación de un mercado pequeño pero efectivo, reside en la venta de réplicas de *katanas* (espadas) de distintos personajes de anime. Uno de los expositores, explicaba:

Acá los chicos buscan la espada del personaje que les gusta y después hacen las exhibiciones en los desfiles. Realmente es un trabajo muy logrado. Ojo, antes de hacer la venta tomamos medidas de seguridad para que no se lastime nadie (vendedor de armas blancas en *stand* de la Animate 2012).

En ambos casos, los comerciantes argumentan que sus productos y servicios contribuyen a una mejor interpretación de un personaje. Un cosplay más fidedigno y valioso para la comunidad.

Además, tanto las productoras como los fans mantienen un intercambio fluido de opiniones y sugerencias a través de las redes sociales. También se hace el proceso de “etiquetar” y agregar como “amigo” en Facebook. Desarrollaremos este punto con mayor profundidad en el Capítulo 3.

Es en esta interacción productora-fan que aparece la noción de uso y consumo. Michel de Certeau plantea la necesidad de considerar al sujeto como un practicante que modifica todo aquello que le es presentado, tomando distancia de la noción de sujeto pasivo y considerándolo un sujeto de cambio, claramente transformador y, muchas veces, tergiversador de los mensajes y pautas establecidas por los emisores o productores.

De esta manera, la inteligencia colectiva y la cultura participativa encuentran campo de desarrollo en una sociedad global, donde las pertenencias regionales son trasfiguradas a partir de la configuración de un cosmopolitismo pop (Jenkins, 2008) que

permite las convivencias de cosmovisiones, prácticas y consumos otrora irreductibles. Un espacio donde el traje samurai se completa con alpargatas de yute.

Recapitulando sobre esta dimensión offline del cosplay, podemos afirmar que se ponen en juego múltiples competencias subculturales que pasan inadvertidas al ojo ajeno. Si bien la comunidad otaku-cosplayer maneja una cantidad de significantes que les permite (re)crear nuevos sentidos en torno a bienes culturales provenientes de distintas culturas (como lo manifiestan a través de los abrazos gratis o el orgullo de portar pins en sus bolsos), lo importante en torno al cosplay, o sea, el capital simbólico a conquistar, es nada más ni nada menos que el reconocimiento de los pares. Ya sea ganando concursos o intercambiando “fuerza de trabajo” entre los fotógrafos y los teams, la pauta es generar documentos para subir a la web. Una vez allí, se deja todo en manos de las redes sociales que utiliza la comunidad. Las prácticas de esta subcultura se ponen en marcha mediante la implementación de una ética otaku (Ito, 2011) que permite la construcción de valores y una cosmovisión orientalista de la cultura japonesa (distorsionando la percepción de lo japonés), la cual otorga identidad y sentido a los cosplayers. Este juego de reconstrucciones y resignificaciones se pone en marcha en los eventos, pero tiene su correlato en las redes sociales.

CAPITULO 3: LA DIMENSIÓN ONLINE DEL COSPLAY: FOROS, GRUPOS DE FACEBOOK

En este tercero y último capítulo nos proponemos describir las interacciones de los cosplayers en la dimensión online, para dar cuenta de las jerarquías que se presentan en el campo en pos de la sujeción a las reglas y/o códigos del foro y a sus administradores, de los capitales adquiridos y los modos de demostrarlo a los pares.

3.1. Online – Offline

Los miembros de la subcultura otaku, en particular aquellos que constituyen la comunidad cosplayer, se valen de la comunicación mediada por computadora para construir su identidad, entre otras prácticas. Es a través de estos medios que circulan una serie de elementos, significaciones y sentidos que otorgan determinados estatus o formas "correctas" de interacción entre sus pares. Este cuerpo de reglas constituye un disciplinamiento del cosplayer como parte del contrato de pertenecer a esta comunidad.

Como se mencionó en capítulos anteriores, los otakus buscan construir una identidad basada en distintas instancias de interacción relacionadas casi íntimamente entre sí: las convenciones de manga y anime, por un lado; y su correlato con los grupos de Facebook y foros sobre estas prácticas, por otro. Esta relación se funda sobre la base de una economía moral establecida por jerarquías construidas a través del reconocimiento y participación activa, transmisión de saberes prácticos y la prevención

de situaciones que alteren su espacio social.

Por lo tanto, es en estas redes sociales online donde saldrán a la luz las dinámicas de relación entre los cosplayers, en referencia a su propia identidad, como también a los parámetros de "aceptabilidad" o aprobación entre pares. Estos preceptos se ponen en juego desde los foros hacia los eventos, y viceversa.

Para la presente tesina elegimos puntualizar sobre las interacciones que la comunidad otaku realizó a través de la comunidad online Cosplarg (o CosplArg) en su página web durante 2011 y 2012. Cabe mencionar que el foro Cosplarg.com.ar ha desactivado su dominio y sus *post* fueron borrados a principios de 2013, por lo que incorporamos también el análisis del perfil de Facebook de la mencionada comunidad online durante 2013. Además tomamos los posteos⁵⁹ del perfil de Facebook de Jigoku Eventos durante 2013, que en enero 2014 también ha desactivado su dominio. Cabe aclarar que a los fines analíticos de la presente tesina realizamos las transcripciones textuales de los posteos, respetando sintaxis y ortografía de origen. Los *nicknames*⁶⁰ también han sido respetados.

3.2. Cazadores digitales

Entendemos a los medios desde dos perspectivas alternativas: como dispositivos que facilitan la comunicación, y como conjunto de prácticas sociales y culturales que se desarrollan alrededor de una tecnología (Varela, 2009). Esta última perspectiva resulta clave para el seno de la comunidad otaku. Los circuitos tradicionales de socialización

⁵⁹ Posteo o *Post*: Publicación de un contenido multimedia o comentario tanto en un foro o en Facebook.

⁶⁰ Nombre de fantasía o pseudónimo que se utiliza para interactuar en la web, en chats o foros.

juvenil han sido desplazados por otros; entre ellos, la web lidera los nichos de socialización: los foros y las redes sociales online resultan dispositivos de interacción preponderantes dentro de las prácticas de la subcultura otaku. Se destaca el uso de grupos de Facebook, y de algunos foros de discusión cosplayer, como Cosplarg (Cosplay Argentina) y Cos.Ar (Cosplayers Organizados Argentina).

Respecto de algunas de las prácticas de la subcultura otaku insistimos en que el cosplayer puede ser reconocido como cazador furtivo (De Certeau, 1997) que, en tanto *bricoleur*, puede recoger material de consumo sin requerir la intervención de las corporaciones proveedoras y/o reproductoras de productos del país de origen. Es decir, se autoabastece, y de este modo se accede a información (capital simbólico) de primerísima mano. Por ejemplo, en el evento de Animate 2012 entrevistamos a dos chicas cosplayers que representaban a personajes de una serie de animación que aún no había sido estrenada en Argentina, por lo que fueron ellas mismas las que realizaron el rastreo de las novedades de la serie de animación elegida, las características de los personajes: vestuario, personalidades, habilidades/poderes sobrenaturales entre otras características fundamentales. El capital adquirido proviene de ser un adelantado y estar al tanto de todas las novedades y estrenos para poder exhibirlo en los eventos, y lograr así mayor prestigio dentro de la comunidad.

Podemos reconocer el uso de tácticas por parte de los cosplayers, en tanto desarrollan una serie de cálculos que no cuenta con un lugar propio. El cosplayer no dispone de una base donde capitalizar sus ventajas, preparar sus expansiones y asegurar una independencia en relación con las circunstancias; siempre depende de los organizadores para mostrar y demostrar sus saberes y competencias: del espacio físico y la logística que éstos les proveen, tal como plantemos en el capítulo 2. Debido a este no lugar, depende de los espacios y tiempos ofrecidos por el organizador. Por ello, necesita

jugar constantemente con los acontecimientos para hacer de ellos ‘ocasiones’; las convenciones son sus ‘ocasiones’. Caza furtivamente, crea sorpresas, actúa desde la astucia (De Certeau, 1996). El cosplayer caza pero necesita el evento para exhibir sus presas/trofeos, logrando obtener así el reconocimiento tan mentado.

Además, debido a la ausencia de contacto directo entre la industria cultural japonesa y los fans argentinos, las astucias de los cosplayers se fundamentan en el hecho que determinados materiales solo son accesibles a través de la web y en su idioma original, y como consecuencia es preciso rastrear en la web el material que pretenden obtener. Posteriormente se realiza un trabajo de traducción, que se ve reflejado en el posteo en el foro o el perfil de Facebook, para acercar el contenido a los demás miembros de la comunidad. Como cazadores furtivos (De Certeau, 1996), ellos mismos recogen el material, lo decodifican, lo traducen, y lo vuelcan nuevamente a las mareas de la web, como una especie de pesca deportiva. Al mismo tiempo, los cosplayers recogen determinado material de un producto cultural y lo imprimen sobre sí mismos, sobre sus propios cuerpos, soportando (soporte) el producto cultural y sus sentidos.

No obstante, el cosplayer necesita el mercado/la plaza/ la feria (el evento) para establecer una presencia física en pos de su actividad online, para que se legitime ante sus pares. Entonces, asiste a la convención para poner en el ‘mercado’ su capital (construido a través de la interacción online), esperando se le otorgue valor a sus competencias, a su saber de experto. Adquiere mayor capital y posiciones más privilegiadas en el campo aquel cosplayer que asiste al evento disfrazado de un personaje de una serie inédita por los medios masivos locales, que escapan al conocimiento del “otro” externo al “grupo”.

Estas actividades que se realizan a través de la web, hacia la década de 1990

eran gestionadas a través de circuitos “boca en boca” (como la traducción al español de las producciones japonesas), lo cual conllevaba la dificultad de conseguir VHS originales. Al respecto manifiesta su apreciación uno de los administradores de Jigoku Eventos:

A ver, a principios de los años 90's, cuando muchos de uds seguro nadaban en los testículos de sus padres, existía algo llamado videoclub, donde uno pagaba por llevarse un video a casa por 24hs, como la palabra "anime" no existía acá todavía, uno para que el cajero te entienda, había que pedirle los "dibujitos de ojos grandotes", y el tipo te decía: Ah, dibujitos chinos donde muere gente, acá tenés. Entonces entre los viejos chotos los llamamos así de forma cariñosa, no hay que tomarlo en serio (Pablo Arcadia, Administrador del perfil de Facebook de Jigoku Eventos, julio 2013).

Henry Jenkins, apoyado en las nociones decerteausianas de táctica y estrategia, caracteriza a los fans como cazadores y recolectores de información, que disfrutan rastreando la historia de los personajes y los elementos de la trama, y de esta manera establecen conexiones entre diferentes textos de una misma franquicia (productora de anime o manga). Logran conservar lo que recogen y así usan los bienes que han capturado como base para construir una comunidad cultural alternativa (Jenkins, 2008). Ahora bien, entendemos que no todos los fans construyen comunidades culturales alternativas, y que ello no abarca todos los modos del fanatismo que pueden darse en la actualidad. Sin embargo, en el caso de la subcultura otaku aún hoy esa caracterización describe a los cosplayers.

La sociabilidad mediatizada puede ser entendida como una segunda naturaleza (Urresti, 2008) para los miembros de la subcultura otaku que incursionan en los

primeros acercamientos a otros pares miembros de la comunidad. Así,

La búsqueda de autonomía personal y la apertura hacia una experiencia social que rompa los márgenes impuestos por el seno primario, tiende a darse en un terreno imaginario más amplio y fluido (ibídem).

El pertenecer a una comunidad específica contribuye además a la búsqueda de apertura y derribamiento de los cercos familiares y el acercamiento a otros con los mismos intereses (homofilia). Como ya planteamos, se reconoce que la educación sentimental callejera es desplazada por nuevos circuitos de circulación y presencia; y el foro es uno de ellos.

3.3. Netiquette

Podemos reconocer determinados cánones o códigos de conducta que regulan las interacciones de los miembros de la comunidad en sus encuentros online (así como también existen códigos para las interacciones cara a cara), instituidos por los administradores de los foros, en algunos casos; o siguiendo las reglas generales de las interacción online, en otros.

A continuación, exponemos las reglas de convivencia que rigen las interacciones de la página de Facebook Jigoku Eventos:

Grupo oficial de Jigoku Eventos. Las reglas son pocas, simples y cruciales:
No publicitar ni hablar sobre eventos que no sean de la familia Jigoku (Jigoku

Style, Random, Anime Legend, Stream, Otacon Party, Tokyo Style), cualquiera que entre a hacer publicidad de otros eventos o invitar u organizar otra clase de juntadas que no sean organizadas por alguien de Jigoku, será baneado. NO Spoilers!! Y si querés comentar acerca de una serie advertí con mayúsculas y asteriscos que vas a comentar algo sobre una serie avanzada, no nos caguemos las series por favor!

Serán eliminados y bloqueados aquellos impíos que: Insultan o agreden verbalmente, así como le desean enfermedades mortales a alguien, tampoco se toleran TROLLS⁶¹, homofóbicos, racistas, xenófobos, haters, gente que insulta a otros por sus gustos musicales/orientación sexual/etc. Aquél que bardee o descalifique a quien postea sus dibujos o su arte, así sea dibujado con los codos o un cosplay de cartapesta, será baneado por irrespetuoso. Las personas que ponen imágenes gore como heridas abiertas o gente muerta de forma horrible, bebés deformes, animales mutilados, ustedes entienden. Quienes suban imágenes de hentai/lolicon-pedo⁶², ubíquense o vuelvan a 4chan⁶³. Somos una comunidad, comportémonos civilizadamente. Muchas gracias, atte. La Administración (Perfil de Facebook de Jigoku Eventos, julio 2013).

Son los mismos miembros de la comunidad virtual quienes sostienen el orden intrínseco dentro de la comunidad. Las normas de convivencia online y los cánones de

⁶¹ Persona que publica mensajes con el objetivo de ofender o engañar a los miembros de una comunidad online.

⁶² Hentai, género de manga y anime pornográfico. El término “pedo” es apócope de pedofilia.

⁶³ Uno de los foros de imágenes (*Imageboard*) más visitados en internet. <http://www.4chan.org/>

conducta establecen el orden, y así el miedo a perder prestigio entre los pares es la garantía de obediencia. El sistema de valores nace en el seno de la comunidad, y los miembros se someten voluntariamente a sus preceptos, exponiéndose a posibles sanciones, las que en el plano virtual incluyen los bloqueos por parte de los administradores:

A ver muchachos: Una cosa es joder un poco y otra es cuando un chico o una chica pone algo buscando empatía o buena onda y le responden con memes de "estamos al pedo, mijo?", o "que interesante", o "me importa una mierda", etc. Eso hace que los chicos que vienen a buscar amigos o gente que le guste lo mismo que a ellos/ellas se sientan desplazados y se retraigan más aún, cuando se supone que somos una familia o comunidad a la que nos gustan las mismas cosas y que ya sufrimos bullying en el colegio o en la vida misma por ser grandulones que miramos dibujitos, así que no se conviertan en bullys ustedes, por favor! Amen a su prójimo otaku, si venimos acá es para encontrar la onda que el mundo exterior de la "gente común" no nos da, como cuando ayer en la otacon expliqué el tema del bullying por la chica directioner que se suicidó, y un gil de adelante de todo gritó "le cabe", no, no le cabe, porque mañana puede ser uno de nosotros el que sufra eso. Media pila por favor. (Pablo Arcadia en el perfil de Facebook de Jigoku Eventos, julio 2013).

Hola, vengo a ponerme la gorra rápido y me vuelvo al trabajo: El próximo que postea chistes sobre lolicon o pedofilia o intentando justificar la misma por más que sea en dibujitos se come un bloqueo permanente. (Pablo Arcadia en el perfil de Facebook de Jigoku Eventos, agosto 2013).

Las normas también se sustentan en las máximas generales que rigen para todo

tipo de interacciones en la web, conocida como Netiquette. Se la entiende como conjunto de normas de comportamiento general en Internet. Palabra derivada del francés (etiquette) y del inglés (net=red) que designa el conjunto de reglas que regulan el comportamiento de un usuario en un dispositivo de interacción social online: grupo de noticias, una lista de correo, un foro de discusiones, correo electrónico. Es una adaptación de las reglas de etiqueta del mundo real a las tecnologías y el ambiente virtual basadas en un sistema de “honor”, pues funciona a modo de protocolo que se debe utilizar al hacer "contacto" electrónico.

Virginia Shea en su libro *NETiquette* (Shea, 1994) brinda la versión definitiva de este conjunto de normas, y contiene diez reglas básicas de comportamiento en la red:

Regla 1: Nunca olvide que la persona que lee el mensaje es en efecto humana con sentimientos que pueden ser lastimados.

Regla 2: Adhiérase a los mismos estándares de comportamiento en línea que usted sigue en la vida real.

Regla 3: Escribir todo en mayúsculas se considera como gritar y además, dificulta la lectura.

Regla 4: Respete el tiempo y ancho de banda de las otras personas.

Regla 5: Muestre el lado bueno de su persona mientras se mantenga en línea.

Regla 6: Comparta su conocimiento con la comunidad.

Regla 7: Ayude a mantener los debates en un ambiente sano y educativo.

Regla 8: Respete la privacidad de terceras personas.

Regla 9: No abuse de su poder.

Regla 10: Perdona los errores ajenos.

Podemos traer a colación que los miembros de la comunidad online deben tener

muy en claro cuáles son las reglas de juego que rigen las interacciones, es decir, el miembro de la comunidad que quiera socializar evitando las sanciones (bloqueos) debe tener el ‘sentido del juego’ (Bourdieu, 1991), el sentido del uso de las interrelaciones entre pares a través de Facebook o en los foros. Así, las reglas del foro siempre son explícitas, expresas, formuladas, constituidas en un sistema coherente, de coherencia intencional, al precio de un trabajo de codificación (ibídem). Están publicadas en el Inicio de los foros o las páginas web, para que todos los miembros de la comunidad las conozcan. Como un mensaje de bienvenida, que funciona a modo de preámbulo.

Las reglas del perfil de Jigoku Eventos y las de Netiquette pueden ser entendidas como estatutos y exigencias culturales explícitas de comportamiento social. Las reglas normativas son prescriptivas, intencionales y útiles (Martini, 1994). De esta manera se puede “regular” un intercambio de opiniones y “convivencias” que eviten los conflictos y asimismo construir un estereotipo del “deber ser” otaku o cosplayer. Por ejemplo, dentro del foro Cosplarg se abrió un *topic* ⁶⁴sobre la cuestión de lo que es o no es un otaku, una especie de manual de conducta y consumos del ‘buen otaku’. Así, la comunidad cosplayer online pudo exponer qué consideran ellos qué es un buen otaku.

“[...] como sea... esta cerradez me parece una idiotez.... como sea... es masomenos para q se den una idea...

tambien hay otro tipo de gente...los que se autodenominan otakus y se sienten orgullosos... no es por ser mala onda... pero no hay ABSOLUTAMENTE NADIE en el fandom que sea un otaku... esta gente usa pines onda... ORGULLO OTAKU.... y cosas asi... actuan como pendejos y no es raro ver algun vejestorio

⁶⁴ Tema de discusión.

saltando con sus amiguitos quinceañeros demostrando lo OTAKUS que son... aunque tengan "la barba de gandalf y la pelada de gargamel" (palabras de mi amigo Shyko que me parecieron bastante oportunas xD)... como sea... no me golpeen mucho... solo son apreciaciones mías... personalmente no creo que haya muchos de los q voy nombrando en este foro... así q si alguien se da por aludido me puede putear todo lo que quiera =D..." (Miembro del foro de Cosplarg.com.ar, recogido del foro en noviembre de 2011).

En este acercamiento, el miembro del foro afirma que el otaku, no tiene que andar demostrando su condición de tal en todo momento. Asimismo, desvaloriza a aquellos fans que exteriorizan en exceso su conducta, pero realiza un ritual de reparación (Goffman, 1959) al aclarar que los pares dentro de este foro no serían objeto de esa estigmatización. Claro está, este usuario no quiere ganarse el repudio de la comunidad y remata su comentario con una humorada, el emoticón “ =D” que indica una sonrisa.

Este forista da cuenta del establecimiento de jerarquías con las que no está de acuerdo. En este caso, la presunción de adultez juega un papel preponderante, así como también conocimientos por fuera del fandom otaku que otorgaría una posición social de mayor importancia dentro del foro. El posteo del forista prosigue así:

Tambien estan los "superados"... me encanta como se creen muy adultos para el resto de los "frikis"... ya no van a los eventos a la tarde porque es para los nenes y les encanta mostrar mas de lo que en realidad son alardeando de sus reuniones nocturnas... y sus grandes conocimientos sobre cualquier ambito cultural... ellos son un grupo selecto (no se por quien) y son pocos pero de calidad... bueno... en

realidad tienen menos vida que yo que estoy escribiendo esto a las 03:36 de la mañana y son re losers.... como sea... saben a lo que voy.... (Ídem).

Finalmente se rescata la posición estigmatizada del otaku como paria social así como también se da cuenta de la existencia de conflictos y disputas en el interior de la comunidad, en lugar de ser un espacio de consenso y armonía. El mundo feliz del fin semana a veces presenta grietas. Finalmente, la misma forista expresó:

No se todo para mí es igual en todos lados, pero los fans del anime son/somos raros. Yo veo que mucha gente dice "a mí me discriminaban en la secundaria por mirar anime y les decían "dibujitos" y ahora encontré gente que tiene mis gustos afines" y luego vos ves que se matan por pavadas (ok no te puedes llevar bien 100% con toda la gente porque te guste lo mismo pero tampoco matarse por todo cuando te quejabas que afuera nadie te daba su amistad por eso). (Íbidem).

Además, observamos que se producen rupturas con determinados patrones de conducta propias de la comunidad. Dentro de ella los estigmatizados también son aquellos miembros que no comparten su conocimiento ni son solidarios con los demás, tanto en los eventos como en el foro, interrumpiendo premisas fundamentales en el seno de la comunidad, como la transmisión de saberes prácticos y la economía moral construida. Como se dijo anteriormente, la prevención de elementos conflictivos que socaven los valores de la comunidad es la regla ulterior. Así, se intentará evitar cualquier "ataque" o participación de un *Trollo Flamer*⁶⁵ dentro del foro.

⁶⁵ Usuarios que publican mensajes violentos vía listas de correos o soportes similares.

Con tal de asegurar la estabilidad de la comunidad, sus miembros contribuyen a una sola definición total de la situación, que implica no tanto un acuerdo real de lo que existe sino más bien un acuerdo sobre cuáles serán las demandas temporalmente aceptadas. También existirá un verdadero acuerdo en lo referente a la conveniencia de evitar un conflicto manifiesto de las definiciones de la situación.

3.4. El conocimiento es poder: tutoriales y foros

Dentro de la subcultura otaku la información y los bienes culturales como las katanas o merchandising original resultan capital escaso, porque la llegada de estos productos desde su país de origen (Japón) resulta tardía, debido en parte a procesos lentos de importación como también al poco interés que reviste esta parte del mundo para las productoras japonesas. Por ello, los cosplayers y otakus en general se convierten en cazadores furtivos, como desarrollamos previamente. Por lo tanto, a las informaciones, los datos y los productos culturales en sí mismos, se les atribuyen importantes cargas de un valor que no corresponde estrictamente al valor económico *per se* (fetiche de la mercancía). Por esto, reconocemos la existencia del capital simbólico como

un crédito [...] es el poder impartido a aquellos que obtuvieron suficiente reconocimiento para estar en condiciones de imponer el reconocimiento [el jurado]; así, el poder de constitución, poder de hacer un nuevo grupo no puede ser obtenido sino al término de un largo proceso de institucionalización, al término del cual es instituido un mandatario que

recibe del grupo el poder de hacer el grupo [los organizadores]⁶⁶ (Bourdieu, 1987:140).

Fiske reconoce a los fans como audiencias altamente productivas y participativas, con propensión a la acumulación de capital (Fiske, 1992). Los accesos resultan crípticos y cifrados, pues la intención es justamente que sólo un grupo reducido constituya ‘la elite’ dentro de la comunidad, quienes poseen la mayor cantidad de capital: los saberes de experto. Estos conocimientos suelen estar íntimamente ligados a una cuestión cronológica: el que mayor edad biológica posea probablemente sea que el que tenga un mejor *handicap* respecto de los saberes de la subcultura otaku y las prácticas cosplayer. Entonces, quien posea mayores conocimientos de experto, tendrá mayor capital simbólico, y mejores posiciones dentro del campo.

Sobre las interacciones en la web, o los posteos de fotos, podemos remarcar que resulta paradójica la construcción de la intimidad a partir del soporte más ‘público’: la Web. Lo público y lo privado desdibujan sus límites, pues se encuentra una línea de continuidad entre la vida online y offline, se desarrolla una hipersociabilidad (Jenkins, 2009), que involucra diferentes formas de participación e interacción entre los miembros de la comunidad, pues se necesitan mutuamente, dentro de una lógica de intercambios y trueques de saberes. Se establece así una economía moral de la información (*ibidem*) en la que se despliega un sistema de obligaciones mutuas y expectativas compartidas. El prestigio se construye a partir de la portación del saber y no sólo eso, sino un saber pasible de ser compartido con la comunidad a la que se pertenece. Así se desarrolla una solidaridad en el seno del grupo. A partir de esta economía moral, quedan establecidas las posiciones dentro del sistema de poder. No

⁶⁶ Los agregados son nuestros.

obstante pueden ocurrir desequilibrios en este sistema de intercambios debido a la mezquindad de conocimientos por parte de algunos miembros.

Las competencias y los saberes adquiridos son pasibles de quedar expuestos y evidenciados intencionalmente en la web. Al compartirlos y socializarlo el miembro más sabio gana una posición de privilegio en tanto poseedor de saberes.

Por ejemplo, una de las categorías que ofrece el foro Cosplarg.com.ar a los miembros involucra una especie de ‘tutoría’ para la confección de trajes, así dentro de este campo, saber enhebrar agujas y pegar lentejuelas adquiere valores insospechados para jóvenes adolescentes del siglo XXI, que construyen identidades a partir de la devoción a semidioses superpoderosos. Se establece un sistema de prestaciones sociales (Mauss, 2009), en donde dar es un modo de manifestar superioridad, pues a través de estos dones se establece una jerarquía entre jefes, vasallos y subalternos. El que sabe más, es el que “(des)interesadamente” puede “ayudar” a los miembros más inexpertos con los secretos del arte de los hilos y las agujas, por ejemplo. Sin embargo, consideramos que las ayudas son calculadas, pensadas, ajustadas, como el gasto improductivo (Bataille, 1987): se brinda más para demostrar superioridad.

Al respecto, Mauss afirma que detrás de todo regalo hay formalismo y mentira social, porque siempre hay interés económico y simbólico (Mauss, 2009). Podemos considerar que esta conceptualización también resulta aplicable para el sistema de ayudas y colaboraciones dentro de la comunidad del foro Cosplarg. La pregunta que surge ahora es: ¿qué tipo de interés o capital posee mayor peso dentro de la comunidad otaku? ¿a cuál valoran más los cosplayers? Podemos afirmar que se le otorga más interés al capital simbólico, pues el dinero que se otorga como premio o galardón rara vez alcanza para cubrir los costos de producción de los disfraces que los cosplayers

utilizan en sus performances. Además sostenemos que la búsqueda del reconocimiento por parte de sus pares es uno de los capitales específicos de la comunidad. Saber qué es lo “japonés” y tener el mejor cosplay, es uno de los ejes a partir de los cuales se estructura el campo.

Podemos reconocer diferentes capitales en el campo del fandom en la dimensión online: el tiempo que llevan siendo miembros del foro, comentarios que se ganen las simpatías de los demás miembros, excelente ortografía, entre otros. Por ejemplo, un aporte de un miembro del foro Cosplarg:

Esta es una sugerencia a varios usuarios. Si usan mozilla Firefox vayan a:

<https://addons.mozilla.org/es-ES/firefox/browse/type:3>

Asegúrense de activar el javascript si es que tienen el NoScript o algún otro programa que bloquee los códigos que no sean html. Bajen el diccionario correspondiente al idioma que hablan, en este caso el español, recomiendo Español-España porque tiene más palabras que el Español-Argentina, y este último corrige palabras como "andate", que en Rioplatense está bien escrito, así que mucho sentido de ser no tiene. Una vez bajado e instalado, vayan a herramientas > opciones. Cliqueen la pestaña que dice "Avanzadas", luego cliqueen la pestaña más pequeña que dice "General". Muy bien, dentro del cuadro "navegación" encontraran un check que dice "Verificar ortografía al tipear", déjenlo marcado. Ahora, cada vez que escriban usando el mozilla Firefox, un corrector ortográfico les marcará con rojo las palabras que estén mal escritas o mal tipeadas; de la misma forma que el corrector del Microsoft Word. Muchas palabras no vienen con el diccionario, inclusive palabras de uso común, si no quieren que se las siga corrigiendo simplemente denle un click con el botón derecho a la palabra (o el que

tengan configurado cómo secundario) y les aparecerá la opción "Agregar al diccionario". Asegúrense de que la palabra esté bien escrita.

Esto no va a solucionar ningún problema de gramática ni de puntuación, pero al menos ayudará a que más palabras sean reconocibles.

Recuerden que los tildes son importantes, no es lo mismo sí que sí. Abrir los signos de exclamación e interrogación ayudan muchísimo a que se entienda lo que se lee, de una sola vez.

Si no usan el mozilla Firefox: Deberían. (Rockman, administrador de Cosplarg.ar, en noviembre 2011).

Además, en el mismo foro, Alice preguntó:

Comiquerías en Bs As. No se si este tema va aca u_u me volvi loca buscando donde, perdonen si no es el lugar correcto. Pero ando buscando comiquerías en Bs As, a parte de Neotokyo, y Camelot. Que me recomiendan? Ya que esas dos, estan BASTANTE caras T-T” (Miembro del foro de Cosplarg.com.ar, recogido del foro en noviembre 2011).

Al mismo tiempo podemos dar cuenta de aquello que podemos reconocer como ‘disidencias’ o rompimiento de las reglas del foro: iniciar un tópico que no lleve a nada, postear por el mero hecho de postear, demostrar ser totalmente carente de conocimientos de ortografía y gramática.

La asunción y construcción de la identidad es puesta en juego por todos los miembros de la comunidad, que expresan sus singulares opiniones a través de la CMC.

En este espacio se dan los debates que definen tajantemente (pero no de manera unánime) qué tipo de pertenencia e identidad se mantiene al autodenominarse otaku.

3.5. Autoridad(es)

Dentro de la comunidad online, la figura del administrador o moderador, que supervisa el pacífico desarrollo de las interacciones entre los agentes miembros, tiene un rol fundamental dentro de esta ‘paz impuesta’ que habita en el seno de la comunidad online. El poder lo empuñan estos miembros que, en su mayoría, son más experimentados pues pertenecen a esa comunidad online y a la subcultura otaku en general desde mucho tiempo atrás o bien incluso pueden ser ya ellos mismos los organizadores y animadores de distintos eventos, situación que les dota de cierto respeto entre los demás miembros. Por ello, hacen referencias a ciertas faltas de respeto a los ‘mayores’ (los miembros con mayor experiencia), por los comentarios impertinentes de los miembros más jóvenes de la comunidad. Observamos pues que la estrategia del jugador no solo depende de su capital, sino también de la evolución en el tiempo de ese capital (su volumen), y de su lugar en el campo.

Lo que legitima el derecho de ingresar al campo es la posesión de un capital específico, porque “las relaciones objetivas de poder tienden a reproducirse en las relaciones de poder simbólico por el monopolio de la nominación legítima” (Bourdieu, 1987: 138). El capital simbólico puede ser oficialmente sancionado y garantizado e instituido por el efecto de la nominación oficial, a través de la cual se otorgan calificaciones socialmente reconocidas (*ibidem*), como se observó en personalidades como Pablo Arcadia, administrador del grupo de Facebook Jigoku eventos y animador

de los concursos de cosplay de esa misma productora. Su palabra en los foros puede entenderse como normativa, es portador de la nominación oficial, pues la organizadora Jigoku eventos habla con su público a través de las moderaciones y comentarios de Pablo Arcadia (entre otros moderadores) en el perfil de Facebook como si fuese un *community manager*. Posee calificaciones y competencias reconocidas por todos los miembros de la comunidad, y sus comentarios pueden llegar a ser condenatorios o punitivos.

Varios conflictos entre los usuarios instituidos (los más antiguos, los ‘mayores’) y los nuevos miembros son parte de la dinámica de interacción en los foros. Esto se evidencia a partir de un acercamiento a la comunidad, desde el plano online.

[...] una tendencia muy recurrente que es la de no darle espacio a la gente nueva que tiene ganas de participar, así sea ignorando sus post o siendo intolerantes... [...] A lo largo de mi estancia en este foro pude ver que el sistema es el mismo siempre. En el comienzo:

*Están los veteranos que se conocen a todos. Esos son los que generalmente aparecen primeros en la lista de usuarios.

*Están los nuevos, de la 1^{ra} camada (en mi anterior foro yo era de esa camada). Como el foro no tiene más de 25 o 50 usuarios activos, digamos que son bien aceptados.

En esta camada de nuevos hay diferentes métodos (según noté). El método del grupito, donde se alían varios nuevos para instalarse/ Acercarse a un veterano, para luego ser introducido en el grupo/ La manera buitrera⁶⁷, (solo sirve para gente

⁶⁷ Referencia a “buitrear”, metáfora de cortejo desesperado por parte de un usuario a otro; como los buitres que rondan a su presa hasta que esta cede y es cazada por ellos.

linda)/ El Jocker, que "por miedo" o chistoso uno termina aceptándolo y por último y creo que es la forma más interesante es el carismático, aquel usuario que escribe de una manera entretenida y fresca con comentarios audaces y opiniones coherentes.

*Están los odiados.

*Los que cada tanto comentan algo.

(Gara, foro Cosplarg.ar, noviembre 2011)

También:

Es inevitable que en grupos grandes de gente se formen grupitos menores, y no esta mal, tampoco uno se puede llevar bien con todo el mundo (Nova Zolaris, Moderador de Cosplarg.ar, publicado en,noviembre 2011).

Sin embargo, hay quienes se atrevieron a dar un paso al costado y decidieron abandonar las pertenencias exclusivas, como el caso de la ‘profesora de cosplay’⁶⁸ quien arguye argumentos más contundentes:

La verdad que me fui del foro porque no quería más puteríos. Prefiero dar mis clases aparte y con gente que realmente esté interesada en el cosplay (Maria, en el evento de Jigoku eventos, julio 2012).

Asimismo, podemos detenernos en el análisis de lo expresado por uno de los miembros del foro Cosplarg, identificado como Yannick, quien publicó lo siguiente dentro del topic ‘Fandom, personajes y apreciaciones personales’:

⁶⁸Una de las entrevistadas, dicta un taller de cosplay, confección de disfraces e interpretación.

el fandom es cerrado... cerradisimo diria yo... me encanta como muchos se sienten discriminados por la gente "normal" y despues cuando alguien "normal" trata de meterse de alguna forma a ver q onda... lo tratan para el orto... el ej. mas notorio es el conocido caso de la nota que quizo hacer cumbio... y como la trataron para el orto... esta bien... digamos que la nota no iba con buena onda ni trataba de informar... pero al menos estaria bueno q traten de parecer menos enfermitos antisociales asi despues no hacen quedar mal a todo aquel al q le guste el anime o lo que sea... (Yannick, foro Cosplarg.ar, noviembre de 2011).

Así, desde un análisis de las interacciones entre los agentes a través del foro Cosplarg, podemos reconocer situaciones donde subgrupos o grupos muy cercanos culturalmente (los cosplayers y los *floggers*⁶⁹) pueden considerarse completamente extraños unos de otros, incluso ser hostiles. De esta manera, conviven varios fandoms y/o subculturas que basan parte de su identidad en un exilio autoinfligido, es decir construyen su identidad desde una posición manifiestamente contraria a la denominada ‘gente común’.

3.6. Pertenecer

Los individuos que practican cosplay, en particular, y todos los agentes miembros del campo otaku en general, quienes son en su extensa mayoría adolescentes,

⁶⁹ Grupo de personas que está estrechamente relacionada con Fotolog.com, sitio web donde se suben fotos y donde sus usuarios pueden comentar en ellas. Se volvió muy popular entre los jóvenes, principalmente durante los años 2007 y 2008.

se proponen participar en este tipo de eventos con el fin último de pertenecer, de ser parte. Ahora bien, consecuentemente surgen nuevos interrogantes: primero ¿ser parte de qué?; segundo: ¿para no ser parte de qué otra cosa? ¿para saberse afuera de qué?; tercero: ¿esta pertenencia es un fin en sí mismo o un medio para alcanzar otros objetivos subyacentes?

La membresía en este fandom está construida a partir de no pertenencias y (auto) exclusiones. No-pertenencias que se construyen a partir de clausuras, pues en tanto más cerrado y más inaccesible se establezca el campo, mas legítimo éste resulta. “Así, a los miembros de las comunidades de fans se los puede reconocer en tanto sectarios y devotos” (Jenkins, 2008: 103). La pertenencia, que se erige sobre las bases de un tajante sentido exclusivo y exclusivista, genera placer. En un mismo movimiento clausuran las posibilidades de pertenencia a otros individuos, pues los estándares y cánones de ingreso son muy rigurosos en tanto competencias y saberes adquiridos, pues para ingresar es menester demostrar conocimientos y capacidades. Tal es así, que para ser parte del foro de Cosplarg como miembros activos, a uno de estos investigadores se lo evaluó, como parte de un chequeo previo, como el detector de metal, para evitar el ingreso de elementos no deseados. Asimismo, se tuvo una experiencia menos satisfactoria al intentar analizar el grupo de Facebook Cos.Ar (Cosplayers Organizados Argentinos). Nuestra solicitud de ingreso fue rechazada⁷⁰ debido a que no cumplíamos con el régimen de estricta membresía basada en la práctica activa y cuasi profesional:

PARA INGRESAR DEBES SER COSPLAYER Y TENER FOTOS DE TU
COS EN TU PERFIL PUBLICO SIN TRABAS DE PRIVACIDAD.

⁷⁰ Se envió una solicitud indicando nuestras intenciones académicas y no fue contestada.

Para agilizar la admisión al grupo, los cosplayers argentinos deben tener fotos de sus cosplays en su perfil público SIN TRABAS DE PRIVACIDAD para que los administradores que no somos "amigos de facebook" podamos comprobar rapidamente si el ingresante es cosplayer o no. Ya que es un grupo de y para cosplayers y queremos mantener tal exclusividad.

LEE

EL

REGLAMENTO <http://www.facebook.com/groups/cos.ar/doc/321394001254707/>

El grupo pretende agrupar a todos los cosplayers y cosmakers argentinos con la finalidad de brindarles a sus miembros beneficios y comodidades en eventos del fandom, incluyendo la misión de lograr que todos los cosplayers ingresen con descuentos o sin cargo a dichos eventos.

Tod@s pueden tener su sesión o minibook: contacto directo Fotografos del Fandom

Credencial única codificada (pronto). Acceso a descuentos en accesorios (Perfil de Facebook de cosplayers argentinos, Cos.Ar, septiembre 2013)

De esta manera, los miembros de este grupo basan su pertenencia en la práctica exclusiva del cosplay. Se defiende a la comunidad de otro ajeno y se busca compromiso para con los demás cosplayers.

3.7. Interdiscursividad y otredades multideterminadas

Reconocemos junto a Morley (1996) que los sujetos sociales llevan, al momento de recibirlos, otros discursos y otro conjunto de representaciones con los que están en contacto en otras esferas de la vida, de la misma manera que están atravesados por múltiples –y a veces disímiles- consumos culturales. De ahí que el modo en que respondan a los mensajes que ofrecen los medios depende precisamente del grado en que coincidan con otros mensajes (o se opongan a ellos), con otros puntos de vista que hayan encontrado en otras esferas de la vida, fenómeno al cual Pecheux llamó interdiscurso. Con ello quiso decir que los agentes, al vivir en un campo donde se entrecruzan diferentes discursos, diferentes sistemas de mensaje, están situados entre esos sistemas distintos (Pecheux, citado en Morley, 1996).

Podemos considerar la existencia de una otredad múltiple, junto a múltiples consumos. Esta sobredeterminación de otredades y de consumos es parte del núcleo identitario de los otakus, pues la construcción de la identidad se efectúa a partir de la distinción y diferenciación de otros, que trabaja en paralelo y al unísono a la multiplicidad de consumos. La otredad como estrategia identitaria no solo involucra diferenciarse del otro a partir del cual se construye el yo; además la identidad se erige sobre el reconocimiento de la propia comunidad. Junto a esta alteridad, debemos sumar otra máscara, la que involucra un otro yo representado a través del cosplay, que guía y condiciona la conducta del cosplayer durante la duración del evento, y sobre todo durante el concurso. Esta personificación puede diferir o complementar al yo que se

construye a partir de las interacciones en el plano online, donde los cosplayers eligen un *nickname* a partir del cual erigen su estrategia identitaria y de identificación. Esto se debe a que las comunidades son más evanescentes y no exclusivas: son fans desterritorializados, pues sostienen múltiples participaciones. Al respecto, expresaba un miembro de la comunidad:

Hasta donde se, un foro es para socializar, y si los mods⁷¹ andan medio medio, entonces esto no camina. En cuanto al tema de los prejuicios, la verdad, no creo que haya tantos prejuicios aquí en realidad. Supongo que hay ciertas conductas que tal vez, para algunos, resultan algo "desagradables" y que lleven a pensar mal de algún que otro usuario (por ejemplo, el hecho de que se utilice el foro exclusivamente para "buitrear", asimilando el foro a un boliche virtual). Pero bueno, cada quien es libre de hacer en el foro lo que se le de la gana (siempre y cuando se apegue a las reglas) (foro Cosplarg.com.ar, noviembre de 2011).

Esta forista evidencia el apego y la sujeción a las reglas en pos de un pacífico desarrollo del foro. Asimismo, reconocemos que las comunidades online son de carácter electivo y no exclusivista (De Marinis, 2005). Los agentes, en nuestro caso, los cosplayers, pueden ser miembros de varios foros y no por ello estarían cometiendo ‘traición’ a algún grupo original.

No obstante ello, la paz dentro del foro resulta una paz impuesta que contradice la simiente misma de esta subcultura: estar por fuera de la sociedad.

⁷¹ Contracción del término “moderador”.

CONCLUSIONES

Tras haber realizado todo un recorrido analítico del campo de la comunidad otaku-cosplayer podemos desarrollar algunas conclusiones parciales a las que hemos arribado.

Los medios y la subcultura cosplayer: acciones y reacciones

Hasta junio del 2013 la sociedad argentina sabía bastante poco respecto del fandom otaku y del cosplay. Sin embargo, debido a un hecho policial ocurrido en el barrio de Palermo, los medios empezaron a preguntarse sobre qué significaba el cosplay, hacer cosplay, o ser un otaku. El hallazgo del cuerpo de la joven adolescente Ángeles ‘Mumi’ Rawson en el predio de la CEAMSE despertó en los medios (sobre todo en los noticieros y canales de noticias) un particular interés en el ‘mundillo’ del cosplay. A partir de las indagaciones mediáticas sobre las actividades desarrolladas por los cosplayers, podemos poner en consideración las reacciones de la comunidad frente a las intromisiones exteriores al seno del campo otaku. Se dieron lugar a invitaciones a algunos cosplayers para explicar qué características revisten las actividades que realizan estas ‘tribus urbanas’ (como los medios las denominan). Sobre estas invitaciones, y podemos decir intromisiones, circuló una especie de advertencia al seno de la comunidad:

ADVERTENCIA / COSPLAYERS y fans del anime en general:

Se nos ha informado que canales de TV estan convocando cosplayers y fans de anime, con el fin de "mostrar el mundo de anime de Ángeles Mumi Rawson" y

tomamos conocimiento que la nota en realidad contiene ridiculización del ambiente, acusaciones sectarias, y difamación de los involucrados, básicamente quieren hacer un show donde se acusa al ambiente cosplay otaku de ser un culto donde las chicas pueden terminar mal...

A pedido de los Cosplayers que tomaron conocimiento de esta trágica amenaza, repudiamos este intento macabro de los medios morbosos, y les pedimos que expresen un firme rechazo hacia esos intentos de lucrar con este trágico hecho, y denigrando, y humillando nuestros gustos y gente. Al ser contactados por los "productores" de estas notas, se les informo que personas adultas, conocedoras del tema, podían presentarse en programas periodísticos a informar al respecto, pero todos quieren chicos disfrazados para sus programas de chimentos, y ya sabemos, porque ya lo hemos visto, como se desarrollan esos programas. Así que les pedimos que no participen de estos actos sinvergüenza.

Si son staff de algún evento u organización de eventos, y te piden que vayas a aprovechar la entrevista para hacer propaganda, por favor avisanos, sin comprometer tu identidad, haremos todo lo posible para prevenir el daño. Gracias.

(Publicado en perfil de Facebook de Jigoku eventos en Junio de 2013)

Además, podemos agregar la referencia al cosplay desde un programa en horario central en un canal de aire, como lo es *Peligro: sin codificar*⁷², mostrando a los cosplayers como objeto de burla. Sobre todas estas referencias mediáticas, principalmente televisivas, a la actividad cosplayer, podemos decir que la subcultura otaku no busca la visibilidad aun a costa de una valoración negativa de su comunidad.

⁷² http://www.youtube.com/watch?v=dG0Wqn_YMIg Parodia de los cosplayers en el programa humorístico *Peligro: sin codificar*, Telefê, 4 de julio de 2013.

No es que busquen encerrarse, pero en ese juego del límite 'nosotros /ellos' necesitan marcar una diferencia para ser reconocidos como un "otro visible- positivo".

Tal como señala Hedbig, estos grupos subordinados resultan tan pronto despreciados y denunciados como entronizados. "Son grupos que, según soplen los vientos de la época, son vistos como amenazas para el orden público o como inofensivos bufones" (Hedbig, 1979: 15). Así, desde los noticieros no se tardó en resaltar la negatividad de las prácticas cosplayers, poniendo en relación directa al cosplay con 'terminar muy mal' al igual que Ángeles. Al mismo tiempo desde programas humorísticos a los cosplayers "se los considera inofensivos bufones, atrayendo sobre sí vagas sospechas, risas incómodas, iras virulentas y mudas" (*ibidem*). Podemos decir que la sociedad argentina no comprende las prácticas y las construcciones identitarias de los cosplayers. O se escandaliza o se mofa.

Infoproducción y pertenencias

Al tener en cuenta el devenir histórico de las sociedades capitalistas, el boom desarrollado por la explosión del consumo civil de Internet, sumado a la desterritorialización de las identidades entendemos que:

Las nuevas tecnologías favorecerían la descentralización de la producción, la diversificación de mensajes, la interacción entre emisor y receptor. (...) Los medios interactivos contienen, en el límite, las promesas de realización del ser humano. Existe entonces, una correlación inmediata entre el tipo de tecnología empleado y la forma de organización de la cultura (Ortiz, 1996: 116).

Entonces esto hace que “la dinámica de los medios denoten otro tipo de sociabilidad, en la cual los individuos son separados de sus comunidades de origen e insertos en un universo más amplio” (*ibidem*). Surgen como resultado comunidades de guardarropa (Bauman, 2007) amparadas en el vacío que deja la no legitimación de otros procesos construcción de identidad. Sociedades como espuma, microesferas interconectadas, volátiles, efímeras y mutables (Sloterdijk, 2006).

De esta manera, tomamos lo propuesto por Berardi, para afirmar que estas instancias de interacción, tanto online como offline, ocurren en zonas de infoproducción (2007), haciendo que los miembros de esta subcultura construyan su subjetividad en base a la circulación de información. Por lo tanto, esta producción de signos, tanto en espacios como Facebook, foros como Cosplarg o en los diferentes eventos que se suceden a lo largo del año, da cuenta de una socialización e intercambio de información permanente, una conexión sin fin.

Justamente es en los tutoriales, estas transacciones donde la regla “dar es poder“, donde se evidencia un deber ético de enseñar, de comunicar. Asimismo, la propia comunidad está en un estado de defensa permanente frente al “otro”, escudarse en otras plataformas, otros medios que permitan evadir la incompreensión de los medios masivos. También –aunque se presuma de un espacio de libertad y camaradería- se ejercen mecanismos coercitivos (bloqueo de usuarios o eliminación de comentarios) con el fin de mantener un ambiente pacífico y que por sobre todas las cosas respete las reglas, en pos del mantenimiento del orden. Es aquí donde la netiquette y los moderadores funcionan como refuerzo y sostén de la comunidad, ante sus ausencias los valores y la identidad de la subcultura peligran. A decir de Ballard, se aplican convenciones (represiones) para poder vivir en sociedad (Ballard, 2003).

De esta manera, los cosplayers luchan por un capital expresado en signos o

semiocapital (Berardi, 2007) que les permita fomentar la pertenencia afectiva en su comunidad, la cual demanda que respete “las reglas del juego”, es decir, los convierte en infoproductores. En suma, buscan transmitir un legado, construir una identidad, ser parte.

Cosplay como un recurso de los procesos de socialización

El cosplay es una práctica social, porque en ella intervienen individuos que interactúan entre sí dando forma a un intercambio de significaciones sociales. Claro está, esta práctica se lleva a cabo bajo la comprensión mutua de reglas y códigos preestablecidos tanto por las productoras que organizan las competencias de cosplay, como por los mismos miembros de la comunidad. De esta manera, “hacer” cosplay implica también un sentido del juego y un “*sense of one’s place*” que determina o dispone de un abanico de acciones que resulten positivas al seno de esta subcultura. El sentido del juego, interpretado por cada cosplayer, se basa también en las posibilidades de acumulación del capital específico. Por ejemplo, una de las entrevistadas solo hace cosplay de personajes *furry*, ya que su contextura física no se condice con la de las heroínas de manga y anime. La cosplayer se apropió del sentido del juego.

Siempre se tenderá al consenso y la prevención de conflictos, volviendo a la premisa del mundo feliz del fin de semana (Jenkins, 2008).

Feedback

Consideramos también que los cosplayers construyen sus procesos de socialización y legitimación de sus prácticas a través de dos espacios o dimensiones que se relacionan fuertemente entre sí: la instancia offline de la participación en concursos de cosplay y las construcciones colectivas de conocimiento online en los foros especializados y grupos de Facebook. Ambas dimensiones son indisolubles una de la otra, ya que justamente las productoras de eventos y los cosplayers referentes dentro de la comunidad comunican a través de plataformas online (desde sus sitios web oficiales o en distintos foros y grupos) las reglamentaciones de concursos, fechas de eventos, comentarios post convenciones, intercambios de materiales, tutoriales de corte y confección e inclusive debates sobre el comportamiento “correcto” de un otaku. Asimismo en estos espacios pueden publicarse las fotos de los cosplayers como también poner en el mapa el trabajo de los *Kamera Kozo* y estudios de fotografía. De esta manera se busca también aumentar la calidad de las performances de cosplay y dar reconocimiento tanto a los fotógrafos como a los cosplayers.

Al mismo tiempo, en la instancia offline, es decir las convenciones, se ponen en juego los saberes y competencias aprendidos en los foros de discusión y la puesta a prueba de las performances a través de los concursos de cosplay, o simplemente la búsqueda de reconocimiento por parte de los pares con la realización de un mini book de fotos. No obstante, en estos espacios offline, pueden materializarse los conflictos entre la organización y los propios concursantes, causando conflictos que pueden ser resueltos *in situ* o migrar al ámbito online.

Por lo tanto, podemos afirmar que hay una relación de reciprocidad entre ambas dimensiones, una alimenta a la otra y viceversa. Ambas instancias son vitales para

construir las identidades y valores que dan forma a esta subcultura. Al complementarse estos espacios, se realizan los procesos de socialización. Más allá de asistir a un evento, las relaciones entre pares pueden sostenerse con la CMC. Todas las interacciones nacen, se nutren y se replican por y para un medio.

Construcción de una identidad sobredeterminada

Las identidades construidas dentro de esta subcultura están definidas por una multiplicidad de consumos cruzados que interpelan o caracterizan a otras comunidades. Los miembros de la subcultura otaku son portadores de una sobredeterminación de identidades, y por ello, de cosmovisiones de la vida. Todas convergen en la idea que los fundamenta como subcultura: percibirse como una comunidad al margen y en posición diametralmente opuesta a la sociedad en general. Sin embargo esto no significa que las cosmovisiones que los distintos tipos de fandom constituyen en sí mismos, sean unívocas. Estas distintas percepciones del mundo y de la vida, pueden ser manifestadas por los otakus como una toma de posición frente a la sociedad, más allá de lo que se perciba de ellos. Colabora con esto el estilo, el cual les otorga una identidad, una marca de pertenencia frente a los otros. De esta manera, podemos hablar de un empoderamiento de los fans, que construyen su identidad a través de un movimiento oscilante entre el ostracismo y la homofilia, cuál régimen de duchas frías a decir de Gregory Bateson (1955).

A diferencia de otras subculturas que ya han alcanzado presencia en los medios de modo positivo, entendido como legitimado (como el fútbol o la cumbia), la sociedad y los medios tradicionales en particular complementan esta construcción cultural al no

tomarlos ‘en serio’, en considerarlos bufones mediáticos, o víctimas de situaciones riesgosas. Como contrapartida, la CMC ofrece un espacio seguro para el desarrollo de la socialización otaku y fomenta espacios de valoración positiva de la comunidad cosplayer.

Tenemos en cuenta que estos bienes culturales no fueron producidos en pos de un público global, por lo que demandó varios años constituir canales de difusión semi oficiales a través de las distintas productoras (Yamato Argentina en particular). Estas empresas supieron capitalizar un mercado de nicho emergente, atendiendo a las necesidades de una comunidad que no se siente interpelada por los bienes culturales de la Argentina.

Las interacciones dentro de la comunidad son celosamente reguladas por determinados códigos. Algunos se encuentran constituidos en los reglamentos (de los concursos de cosplay, de los foros, de los grupos de Facebook). Son estos los que involucran una sanción concreta al momento del quiebre de la pacífica convivencia de la comunidad: bloqueos, requisa de elementos, descalificaciones, etc. Algunos otros códigos no están explicitados en un cuerpo de reglas a seguir o respetar, sino que conforman una economía moral, un código de conducta regulado por los propios miembros de la comunidad, dando lugar a un aprendizaje horizontal, entre pares. Por ejemplo, el transmitir conocimientos por medio de tutoriales en foros o directamente en los eventos (los miembros no están obligados a hacerlo, pero ello les brinda reconocimiento y prestigio dentro de la comunidad). En estos quiebres (de los códigos tácitos) no hay sanciones concretas, pues se presentan las ‘situaciones de embarazo’ (Goffman, 1981), es decir, se queda en evidencia entre los pares, lo cual conlleva una poderosa dosis de repudio y de proscripción del miembro que rompió la armonía. Así, tanto en la dimensión online como offline existe un monitoreo permanente de las

interacciones. Todas las conductas están reguladas y limitadas. Así, encontramos un punto de controversia al seno de la subcultura otaku-cosplayer, porque por más que el objeto cultural por el cual se crea la comunidad de fans sea distinto al de otras comunidades, se implementan coacciones y tácticas con el fin de mantener el *status quo* del campo. Este proceso de luchas intestinas por la apropiación de una posición o valor es análogo a otras luchas en otros campos. La lógica de sujeción al cuerpo de normas y reglas de la comunidad otaku-cosplayer constituye una réplica de la sujeción a mandatos socio-jurídicos que rige al seno de la sociedad toda, de la que se supone se ubican en posición diametralmente opuesta. Así, creemos que si bien se identifican como una subcultura marginal, con lógicas de socialización alternativas, estas interacciones resultan funcionales al adiestramiento social.

Capital y poder

El capital específico del campo es el (re)conocimiento. Para ser un miembro con status social alto dentro del campo, primero se deben adquirir conocimientos y saberes específicos, y luego idear las estrategias afines para lograr el reconocimiento, el prestigio otorgado por los demás miembros en pos de esos saberes adquiridos. Así, las interacciones entre los miembros con mayor capital y menor capital social están reguladas por el sentido del juego, por la posesión del capital. Existen varios recursos para alcanzar una posición dominante en el mundillo del cosplay: rige una idea de trabajo artesanal, digno y constituyente de un tipo ideal a ser alcanzado por los cosplayers. Se reivindica tanto el esfuerzo como la mimesis y la camaradería hacia los pares como fórmula para alcanzar el reconocimiento, ya sea a través de concursos

internacionales o a partir de la publicación en internet de sus fotos (más allá de participar o no en las competencias). Así,

el otaku contribuye a su existencia como representación social por medio de un saber sobre su origen y las implicaciones de denominarse de una determinada manera; este saber es exigido para sí mismo y para los otros, apareciendo representado por el conocimiento que se dispone sobre la cultura japonesa, dentro de la cual se hallan inscritos el manga y el anime como elementos culturales (Peralta y Uribe 2010: 183).

Flujos

Entonces, entendemos que el cosplay es una práctica más en la conformación de la subcultura otaku; dentro de ella existe la comunidad de cosplayers, cuyas identidades se construyen en la puesta a prueba de sus capitales simbólicos dentro de este campo. Al dar cuenta de la subcultura otaku como una comunidad marginal debido a su poca visibilidad en los medios tradicionales, encontramos que los otakus tienen su refugio en la CMC, canal adecuado para impartir sus reglas y normas a todos los miembros que construyen su identidad a través de esta comunidad. Como agrega Correia Lourenço, un nicho de mercado específico posibilita que los jóvenes que no encajaban dentro de las expectativas formales de padres, maestros, colegas, etc., creen sus propias redes alternativas de amigos, y a través de ellos, para desarrollar habilidades sociales con el fin de entrar en el mundo (2008).

Con el transcurso de las décadas y el desarrollo de las tecnologías

comunicativas, el número de fans y prosumidores de bienes provenientes de la cultura pop japonesa ha crecido exponencialmente, situación que hace poco menos de una década está siendo mercantilizada por organizaciones conformadas por fans de las primeras camadas, que solucionan los inconvenientes que ellos mismos manifestaron tener para acceder al consumo de manga, anime y practicar cosplay. Al momento de finalización de esta tesina, observamos que estas comunidades de guardarropa siguen creciendo, generando nuevos consumos, multiplicándose más allá de su condición efímera o de espuma, resultando en un flujo de infoproducción permanente (Berardi, 2007), bajo el cual los cosplayers buscan una identidad, construyen su pertenencia afectiva y la aceptación de sus pares en base a los valores promulgados por esta subcultura.

A posteriori

Debemos reconocer que si bien nuestra labor tiene un punto establecido en la confirmación (o no) de las hipótesis planteadas y los objetivos enunciados para esta investigación, las luchas por el capital del cosplay y su circuito de infoproducción (esta dinámica de relaciones sustentadas tanto en los eventos como en los foros) siguen expandiéndose, logrando una mayor visibilidad en relación –por ejemplo- con instituciones estatales como el gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación a través de Comicópolis⁷³, o los

⁷³ Convención de comics, manga y anime realizada por Tecnópolis en *joint-venture* con Yamato Argentina.

desfiles propuestos por la Embajada Japonesa⁷⁴. Dentro de este marco, también siguen organizándose eventos gestionados por fans en todo el país. Es decir la subcultura otaku-cosplayer va ganando terreno en pos de un reconocimiento por parte de la opinión pública en general. No obstante, en ese panorama de expansión optimista, cabe aclarar que las prácticas de los otakus y el cosplay en general aún conservan un estatus marginal para los medios masivos de comunicación. Lo que nos lleva a afirmar que ésta presente tesina es solo una aproximación a los conflictos y relaciones dentro de una subcultura que está en constante pero solapada expansión.

Para seguir reflexionando: la trama revela sus costuras y se reinventa cotidianamente

La comunidad extrae su cuota de placer en lo sectario. El capital de un grupo reducido y selecto dentro del campo es otorgado por la antigüedad de la membresía. Estos grupos prefieren tener pocos integrantes. Algunos incluso, prescinden de la comunidad para concertar actividades autogestionadas por fuera de la comunidad otaku. Pertenecer es muy importante dentro del campo otaku-cosplayer: pertenecer a la comunidad para no pertenecer al mundo normal; pertenecer a las elites dentro del campo para distinguirse de los novatos.

El capital económico no tiene un valor *per se* dentro de este campo. Es el capital simbólico el que rige las prácticas dentro de esta comunidad. Ya mencionamos que los premios en dinero en efectivo no resultan suficientes para cubrir los costos de producción de los trajes. Sin embargo, y paradójicamente, para ser un adelantado y estar

⁷⁴ Uno de estos desfiles se realizó el 22 de diciembre de 2012.

la vanguardia de todas las novedades y últimos estrenos de manga y/o anime es necesario disponer del suficiente capital económico: para acceder a publicaciones importadas en el caso del manga, o acceder a una buena conexión a internet para rastrear en la web los estrenos y primicias del anime.

Los saberes son el capital por el que se establecen las luchas al seno del campo otaku. La afección de información sobre el manga y el anime lleva a los miembros de la comunidad a promover un estilo de vida similar al de los receptores de primera mano en Japón. Para ello, adoptan las prácticas propias de la sociedad japonesa contemporánea para desarrollarlas en Buenos Aires, con algunas variantes en algunos casos –como el tori-pan al que aludimos en el Capítulo 2- como si no existiese medio planeta de distancia. Esto otorga mayor cuota de prestigio y respeto entre sus pares, pues pueden sentirse más cerca aún del consumo de primerísima mano. Esto conlleva a la conformación de elites dentro de un campo que, como todo espacio social, porta en sus entrañas la simiente de los conflictos y las luchas de poder. Si lo observamos de cerca, podemos decir que al mundo feliz del fin de semana se le notan las costuras.

BIBLIOGRAFIA

AAVV, Facultad latinoamericana de Ciencias Sociales: “Cibercultura: una aproximación conceptual al otaku en la red Gaia on line”, 2010.

Alabarces, Pablo: *Hinchadas*, Comp., Prometeo, 2005.

Anderson, Benedict: *Comunidades imaginadas, Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Buenos Aires: FCE (selección), 1993.

Balderrama Gastelú, Lucía y Pérez Hernaíz, Carmen: “La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno”, Universidad Católica Andrés Bello, Tesis de licenciatura en Sociología, Caracas, 2009.

Ballard, James Graham: "The benign catastrophist" by Susie Mackenzie in *The Guardian* (6 September 2003).

Bauman, Zygmunt: *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica, México, D.F. 2007.

----- “De peregrino a turista, o una breve historia de la Identidad”. En Hall, Stuart y du Gay, Paul (comp.) *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003.

Baumann, Gerd: “Los rituales implican otros. Releyendo a Durkheim en una sociedad plural”. En De Copet, Daniel (ed). *Understanding rituals*, Londres , 1992. Traducción de Romina Resnich.

Bajtín, Mijail: “Introducción. Planteamiento del problema”, en *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*, Madrid: Alianza, 1987.

Barth, Frederik: *Los grupos étnicos y sus fronteras*. Fondo de cultura económica, México, 1976.

Bateson, Gregory (1955): “Una teoría del juego y la fantasía”. En *Pasos hacia una ecología de la mente*. Buenos Aires, Carlos Lohlé, 1976.

Berardi, Franco: *Generación post alfa*, Buenos Aires, Tinta Limón, 2007.

Bogarín Quintana, Mario Javier: *El sustrato del fenómeno otaku*. En revista observaciones filosóficas. Universidad autónoma baja de California, 2008.

Borda, Libertad: *Fans: entre prácticas y discursos*. Tesina de grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, Universidad de Buenos Aires, 1996.

-----“¿Qué es un fan? Un análisis inter discursivo del fan como figura del imaginario social”. Ponencia presentada en el Segundo Congreso de Facultades de Comunicación Social y Periodismo, organizado por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, 2000.

-----“Desarrollo de la fan fiction en español: Xena, la princesa guerrera, o Betty, la fea”, edición electrónica de 3ras Jornadas de Jóvenes Investigadores del Instituto de Investigaciones en Ciencias Sociales Gino Germani, Buenos Aires, 2005.

-----“La narración como performance en los foros de telenovelas”. VII Reunião de Antropologia do Mercosul, Porto Alegre, 2007.

-----“*Fan fiction: entre el desvío y el límite*”. En Alabarces, Pablo y Rodríguez, María Graciela (comps.) *Resistencias y mediaciones. La cultura popular en la Argentina contemporánea*, Buenos Aires: Paidós, 2008.

----- *Bettymaníacos, luzmarianas y mompirris: el fanatismo en los foros de telenovelas*. Tesis doctoral en Ciencias Sociales, mimeo, 2012.

Bourdieu, Pierre: *Esquisse d'une theorie de la pratique*. Droz. Genève, Paris. 1972.

-----*Los usos sociales de la ciencia. Por una sociología clínica del campo científico*. Nueva visión, Buenos Aires, 2003, 1ra. ed. 1976.

-----*Cosas dichas*, Gedisa, Buenos Aires, 1988. 1ra ed. 1987.

-----*Sociología y cultura*. México, Grijalbo, 1990.

-----*El sentido práctico*. Taurus, Madrid, 1991.

-----*La distinción. Criterios y bases del gusto*. Taurus, Madrid, 1988.

Bourdieu, Pierre y Waquant, Loic: *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Grijalbo. México 1995.

Bury, Rhiannon: *Cyberspaces of Their Town. Female Fandoms Online*, Peter Lang Publishing Inc., New York, 2005.

Correia Lourenço, Andre Luiz: “*Otakus. Construção e representação de si entre aficionados pela cultura pop nipônica*”. Tesis de Doctorado en Antropología, Programa de Pos graduacao em Antropologia Social, Universidad Federal do Río de Janeiro. Inédito. 2008

Cuche, Denys: *La noción de la cultura en las ciencias sociales*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1999.

De Certeau, Michel: *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*. Universidad Iberoamericana, México, 1996.

De Marinis, Pablo: “16 comentarios sobre la(s) sociología(s) y la(s) comunidad(es)”, *Papeles del CEIC*, Nro. 15, Marzo 2005.

Fiske, John: “The cultural economy of fandom” en Lewis, Lisa comp. *The adoring audience*, London & New York, 1992. Traducción de Libertad Borda.

Frith, Simon: “Música e identidad”, en Hall, Stuart y du Gay, Paul (comps) *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003.

Garriga Zucal, Jose: “Soy macho porque me la aguanto” en *Hinchadas*, Alabarces Pablo Comp., Prometeo, 2005.

Goffman, Erwin: *Estigma. La identidad deteriorada*. Amorrortu, Buenos Aires, 1998.

-----*La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires, 1981. 1ra. ed. 1959.

González, Jorge: “Exvotos y retablos, religión popular y comunicación social en México” en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. I, núm. 1, Universidad de Colima, México, 1986.

Gramsci, Antonio (1949): "Observaciones sobre el folklore" y "Literatura nacional". En *Cuadernos de la cárcel: literatura y vida nacional*, México, Juan Pablos Editor, 1976.

Grignon, Claude y Passeron, Jean-Claude: “Dominomorfismo y dominocentrismo”, en *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura*, Buenos Aires: Nueva Visión, 1991.

Hall, Stuart: “Introducción. ¿Quién necesita identidad?” en Hall, Stuart y du Gay, Paul (comps) *Cuestiones de identidad cultural*, Amorrortu, Buenos Aires, 2003.

Haraway, Donna: *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, New York: Routledge, and London: Free Association Books, 1991.

Hebdige, Dick: *Subcultura. El significado del estilo..* Barcelona, Paidós. 2004 (Edición original 1979).

Hills, Matt: “Transcultural otaku: japanese representations of fandom and representations of Japan in anime/manga fan cultures”. Paper presentado en Media in Transition 2: Globalization and Convergence, Massachusetts Insitute of Technology, 2002.

Ito, Mizuko, Okabe, Daisuke y Tsuji, Izumi, (comp.): *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*. Yale UniversityPress, 2011

Jenkins, Henry: *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Paidós,

Barcelona, 2009.

-----*Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación.* Barcelona, Paidós, 2008.

-----*Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión.* Buenos Aires, Paidós, 2010.

López, Guadalupe y Ciuffoli, Clara: *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después.* Buenos Aires: La Crujía Ediciones. 2011.

Maingueneau, Dominique: *La literatura pornográfica,* Nueva visión, Buenos Aires, 2008.

Martini, Stella: “La comunicación es interacción. Cuando comunicar es hacer: interaccionismo simbólico. Erwin Goffman y apuestas en juego”. Documento de cátedra Teoría y Practicas de la Comunicación II, Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, 1994.

Mauss, Marcel: *Ensayo sobre el don: forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas,* Buenos Aires, Katz editores, 2009.

Morley, David: *Televisión, audiencias y estudios culturales,* Amorrortu, Buenos Aires, 1996.

Okabe, Daisuke: “Cosplay, Learning, and Cultural Practice” en Ito, Mizuko , Okabe, Daisuke y Tsuji, Izumi (comp.) :*Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World.* Yale UniversityPress, 2011.

Ortiz, Renato: “Cultura, comunicación y masa”, en *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo,* Buenos Aires, UNQ, 1996.

Peralta David y Uribe Sonia: *Representaciones del Otaku,* Fundación Universitaria los libertadores, Tesis de licenciatura en Psicología, Bogotá, 2010.

Piscitelli, Alejandro: *Internet, la imprenta del siglo XXI,* Gedisa, Buenos Aires, 2005.

- Radway, Janice:** *Reading the romance. Woman, patriarchy and popular literature*, Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.
- Said, Edward:** *Orientalismo*, De bolsillo, Barcelona, 1997.
- Shea, Virginia:** *Netiquette*, Albion, 1994.
- Sloterdijk, Peter:** *Esferas III*, Madrid, Siruela, 2006.
- Soifer, Alejandro:** *Que la fuerza te acompañe: la invasión de las culturas nerd, geek y friki*, Editorial Marea, 2012.
- Taboada Vega, Matías:** “Comunidades de fansubers hoy”, *mimeo*, 2009.
- Urresti, Marcelo:** *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de internet*, La crujía, Buenos Aires, 2008.
- Varela, Mirta:** “El miraba televisión. You Tube. La dinámica del cambio en los medios”. En Carlon, Mario y Scolari, Carlos (ed.) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires, La crujía, 2009.
- Villanueva Mansilla, Eduardo:** *Comunicación interpersonal en la era digital*. Grupo editorial Norma. Bogotá, 2005.
- Watts, Duncan:** *Seis grados de separación: la ciencia de las redes en la era del acceso*. Paidós ibérica, 2006.
- Williams, Raymond:** *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. London, Fontana, 1975.

Filmografía

- *Entre telas: Cosplay en Argentina*, Garza vive. 2012.

Links en Internet

Foro Cosplarg

- <http://cosplarg.com.ar>

Perfil de Facebook de Cosplarg

- <https://www.facebook.com/pages/Cosplarg/43697668227?fref=ts>

Perfil de Facebook de Jigoku Eventos

- <https://www.facebook.com/groups/253610778109708/members/>

Perfil de Facebook de Cos.Ar

- <https://www.facebook.com/groups/cos.ar/>

ANEXO: RECORTES Y VOLANTES DE EVENTOS





mañana

Paramore> A las 21 en Estadio Malvinas Argentinas, Gutenberg 350.
Nonpalidece, Leonchalon y Contravos> A las 22 en Woodstock, Avenida Juan Manuel de Rosas 2942, San Justo.
Gardelitos> A las 20 en Auditorio Oeste, Avenida Rivadavia 17230, Haedo. Repite domingo.
Music is My Girlfriend con Fantasmagoria, Festival de Los Viajes y Di Giovanni> A las 21 en Sal6n Pueyrred6n, Avenida Santa Fe 4560.
Bulldog> A las 19 en Teatro Vorterix, Avenida Federico Lacroze 3455.
Travesti con Emisor, DJ Zurita y DJ Nacho Parodi> A las 0 en Niceto Lado B, Humboldt 1356.
Humo del Cairo> A las 23 en Club V, Avenida Corrientes 5008.
Los Twist> A las 20 en Club Tucum6n, Av. Andr6s Baranda 941, Quilmes.
Asspera> A las 20 en El Teatro Flores, Avenida Rivadavia 7800.
Mastifal> A las 19 en Uniclub, Guardia Vieja 3360.
Ciclo Fotorock con M6dium, Hijo Jueves, Un Dia Perfecto para el Pez Banana, Error Positivo, Polaroids, Culto de Toth y m6s> A las 20 en El Emergente, Gallo 333.
Caos Luz> A las 17 en Tecn6polis, Avenida General Paz entre Avenida Balb6n y Avenida de Los Constituyentes.
Ignacia con Jorge Salinas> A las 22 en Ladr6n Sancho, Guardia Vieja 3811.
Segundo Mundo> A las 0 en Sitio Plasma, Piedras 1856.
Toponautas y Sauti> A las 18 en Centro Cultural Recoleta, Junin 1930.
Fiero> A las 22 en Santana Bar, Presidente Per6n 414, Ramos Mejia.
Laissez Faire y Dfolk> A las 22 en Malawi, Ardoino 274, Ramos Mejia.
Setas Rojas y The Yonkis> A las 22 en Burlesque, Av. Hip6lito Yrigoyen 2150.
Tracy Lord> A las 21 en El Viejo Correo, Avenida Meeks 1359, Temperley.
La Naranja, Instinto y Step Motel> A las 23 en Octubre, Belgrano 286, Garin.
El Limacoco> A las 21 en C. Cultural Matienzo, Matienzo 2424.
Suffi> A las 21 en Ultra Bar, San Mart6n 678.
Suburbio> A las 23 en City Bar, Av. Fondo de la Legua 2550, Mart6nez.
Motorkraft> A las 20 en Dr. Tazo, Italia 1471, Escobar.
Ave Rara> A las 22 en Cangrejos House, Ciudad de la Paz 123.
En Nuestros Corazones con Lo que Nos Salva> A las 22 en Cerveza Club, Avenida de Mayo 1881, Ramos Mejia.
La Pala Mec6nica> A las 22 en Circus, Florencio Varela 1998, San Justo.
Diego Desanzo> A las 24 en La Trastienda, Balcarce 460.
Epumer, Machi y Judurcha> A las 22 en Boris Club, Gorriti 5568.
Presos de Estilo, La Motta de Santa Luc6 y m6s> A las 23 en La Buleria, Prov. Unidas 742, Lomas del Mirador.
Guardala Tosca> A las 21 en Domus Artis, Triunvirato 4311.
Arsis> A las 0 en Steel Pub, Marcelo T. de Alvear 961.
Martin Lozano Cuarteto> A las 21 en Che... Flores!, Arce 235.
Tukara> A las 18 en Grooveland, H. ...

ANIME FRIENDS

No es un cuento chino

HOY, MAÑANA Y DOMINGO DESDE LAS 12 HS.> C. DE EXPOSICIONES MIGUELETE, AV. GRAL. PAZ Y 25 DE MAYO, \$50.

Hace rato que el anim6 super6 las barreras de la moda y se estableci6 fuertemente como algo m6s que aquellos c6mics y mangas venerados s6lo por otakus y fan6ticos de estos g6neros. Casas de revistas y locales especializados ya son parte del paisaje urbano de nuestras grandes ciudades y los adeptos al anim6 son cada vez m6s. Lejos quedaron aquellos tiempos donde los canales infantiles inclu6an en sus grillas programas como **Ranma 1/2**, **Sailor Moon** o **Slam Dunk**. Pero en un contexto donde internet ac6 parte importante de nuestras vidas, la atracci6n por estas historietas y series surgidas en el otro lado del mundo no para de crecer. Y en marco de este fen6meno es que hoy comienza la quinta edici6n de **Anim6 Friends** en Argentina, la convenci6n del g6nero m6s grande y de mayor convocatoria en nuestro pa6s, que ha llegado a reunir a m6s de 17 mil personas en s6lo una edici6n. Su primera realizaci6n data del a6o 2009, cuando se realizaron las actividades del mismo

era hora ampliarse en el pa6s vecino. El programa propone la presentaci6n de artistas como Yumi Matsuzawa y Nobuo Yamada (dos de los cantantes de anim6 m6s reconocidos de la escena mundial); talleres, charlas y debates con grandes exponentes de la industria local; concursos de dibujo, karaoke y cosplay (disfraces y vestimenta representativa), bibliotecas con zonas de lectura, proyecciones, un 6rea gamer y hasta un sector dedicado a la gastronom6a con productos importados y la participaci6n del chef internacional Takehiro Ohno. Adem6s, tendr6n su lugar clubes de fans y coleccionistas que exhibir6n material original y figuras a escala de cl6sicos de ciencia ficci6n como **Star Wars**, **Doctor Who**, **Star Trek**, **Transformers** y **Volver al Futuro**, entre otros. La cita ser6 en el Centro de Exposiciones Miguelete ubicado en el Parque Yrigoyen hasta las 20 horas, con apertura de puertas a las 12 en el caso del viernes y a las 10 de la ma6ana durante los dos

Nota de Yamato Animefriends 2013 en suplemento SI del diario Clar6n (19 de Julio de 2013)



Volante publicitario del evento Yamato After Friends (Diciembre de 2012)

DOMINGO 22 DÍA 3	ESCENARIO	SALÓN DE USOS MÚLTIPLES	VIDEO GAMES PARTY	DOMINGO 22 DÍA 3
10:00 AM		KARAOKE LIBRE		10:00 AM
10:15 AM				10:15 AM
10:30 AM				10:30 AM
10:45 AM				10:45 AM
11:00 AM				11:00 AM
11:15 AM				11:15 AM
11:30 AM		BRANDING: ONB	TORNEOS Playstation 3 PES 2012 (Winning Eleven)	11:30 AM
11:45 AM				11:45 AM
12:00 PM				12:00 PM
12:15 PM				12:15 PM
12:30 PM				12:30 PM
12:45 PM		SUBASTA ANIME	Nintendo Wii Guitar Hero 5	12:45 PM
13:00 PM				13:00 PM
13:15 PM				13:15 PM
13:30 PM	AnimeKe Categoría Inicial			13:30 PM
13:45 PM				13:45 PM
14:00 PM		PROYECCIONES FULL METAL ALCHEMIST Película 2 La Estrella Sagrada de Milos	TORNEOS Nintendo Wii Super Smash Bros Brawl	14:00 PM
14:15 PM	KPOP Live Show			14:15 PM
14:30 PM				14:30 PM
14:45 PM				14:45 PM
15:00 PM	YouTubbers: Marito & Alfreddito			15:00 PM
15:15 PM		PANEL Pasado, Presente y Futuro de los eventos de Anime	Playstation 3 Super Street Fighter IV AD	15:15 PM
15:30 PM	AnimeKe Cat. A Nivelación			15:30 PM
15:45 PM				15:45 PM
16:00 PM				16:00 PM
16:15 PM	KPOP Battle			16:15 PM
16:30 PM		PANEL SALVADOR SANZ	XBOX 360 U.M. Marvel Vs Capcom	16:30 PM
16:45 PM				16:45 PM
17:00 PM	Exhibición de Aikido			17:00 PM
17:15 PM				17:15 PM
17:30 PM	Buenos Aires TAIKO			17:30 PM
17:45 PM		CONCURSO DE DIBUJO		17:45 PM
18:00 PM				18:00 PM
18:15 PM				18:15 PM
18:30 PM	MEGA CONCURSO de COSPLAY			18:30 PM
18:45 PM				18:45 PM
19:00 PM		ANIME BINGO		19:00 PM
19:15 PM				19:15 PM
19:30 PM	Sayonara John Takeda En vivo			19:30 PM
19:45 PM				19:45 PM
20:00 PM				20:00 PM

Programa del evento Yamato Anime Friends (Julio 2011).

ANIMATE! 12

**EXPO DE COMIC, ANIME, HUMOR GRAFICO,
CINE Y SERIES, JUEGOS Y CULTURA POP**



**GANA LA GRAN FINAL DEL
COSPLAY DE ANIMATE 12
Y VIAJA DIRECTO A LA CIUDAD DE NEW YORK
PARA ASISTIR A LA
NEW YORK COMIC CON**

VIERNES 6 AL LUNES 9 DE JULIO DE 2012
CENTRO MIGUELETÉ (PARQUE YRIGÖYEN, GRAL PAZ Y 25 DE MAYO)

VIERNES INAUGURAL ENTRADA LIBRE Y GRATUITA / ENTRADAS ANTICIPADAS EN VENTA

EDITORIALES // COMIQUERÍAS // MERCHANDISING
ESCUELAS DE DIBUJO // ESCULTURAS // TALLERES // MUESTRAS
EFECTOS ESPECIALES // PROYECCIONES // CHARLAS // FIRMAS
INVITADOS INTERNACIONALES DE COMIC Y ANIMACIÓN

INVITADOS INTERNACIONALES CONFIRMADOS A LA FECHA:

**PRONTO MAS
INVITADOS
DEL COMIC
MUNDIAL**

RENATO GUEDES
Nos vuelve a visitar
el dibujante de Superman y Wolverine

CLAUDIA MOTTA
La voz de BART SIMPSON
y el anime: Bleach,
Yu Gi Ho, Pokemon
y muchas mas

CAPITAN MEMO
La voz del opening de
HE-MAN canta anime:
Caballeros, Candy Candy
y sus canciones favoritas

INFORMATE EN NUESTRA NUEVA WEB www.expoanimate.com.ar Y EN FACEBOOK: ANIMATE 12! OFICIAL

INVITAN:       

Volante publicitario de la convención Animate 12 (Julio de 2012)



地獄 Jigoku Style

9 y 10 de Junio
11:00am a 19:00pm
SARMIENTO 1272

Segunda entrega del evento freak
MÁS IMPORTANTE DEL PAÍS
Anime | Video games | ROL | + Irreducibles
Este es **TU** lugar!!!

COSPLAY STYLE
El concurso de cosplay más espectacular del Fandom
CON MÁS DE \$3000 EN PREMIOS!!!

JIGOKU GAME SPOT
Torneos | Kinect | Wii | PS3 | Guitar Hero
MK 9 - Marvel vs Capcom 3 - SFA Tekken
Mario 5 y Generations - DZT 13 y muchas más
INCREDIBLE TORNEO MORTAL KOMBAT IX - 1° Premio una
PSVITA:

INVITADOS INTERNACIONALES
CESAR FRANCO Interprete original de los op & end latinos de **DIGIMON 01 Y 02**
GABRIELA VEGA: Interprete original de los op & end de **SHAMAN KING E INU YASHA** por primera vez en el país

Concurso exclusivo de RABBIT
Donde el video más original freaks y pizarro será el ganador
Mario
Las chicas de **Mario KIDS** en un show exclusivo

SHOWS: bandas en vivo | shows de baile | solistas | **MAID CAFE**
CONCURSOS: AMVs | karaoke | dibujo | trivias | **cosplay** | videos bizarros - **STANDS**
VESTUARIO Y SET FOTOGRAFICO - **ASIAN FOOD & DRINKS** - **ROL** - **PROYECCIONES** - **JUEGOS**

地獄 | **anime** | **gandolfo** | **ME ANIME** | **Nintendo** | **YAHU!**
Jigoku Productions | **Intel Center** | **TRISTE MEXICO** | **POPEYE**

web: www.jigokuweb.com.ar | Face: [jigoku producciones](https://www.facebook.com/jigokuproducciones)

Volante publicitario de la convención Jigoku Style (Junio de 2012).

INFO GENERAL:
 Dir: Sarmiento 1272 - (Entre Talcahuano y Libertad) Capital Federal
 Horario: 11:00 a 19:00
 Anticipadas: \$25 en puerta \$30 - menores de 5 años inclusive, gratis.

SABADO 9 : GABRIELA VEGA - cantante oficial
 de los openings y endings de INU YASHA Y SHAMAN KING

DOMINGO 10: CESAR FRANCO - cantante oficial
 de los openigs y endings latinos de DIGIMON

AVLFREAKS Llego un nuevo concurso **Jigoku Style**
 Donde tus videos mas originales, freaks y bizarros
 seran los ganadores de fabulosos premios

Para participar solo tenes que mandarnos tu video casero que puede ser filmado
 con un celu, camara digital etc.
 Son 2 minutos, tiene que ser original, freak o bizarro.
 Los 10 mejores videos seran seleccionados para proyectarse en el evento

Anticipadas \$25 en:

Bankai (Jose C. Paz) J. C. Paz 1864 (entre gelly obes y G. a Cabello)
 Tercer Impacto Calle 697 N° 4234 E/ 842 y 843 , San Francisco Solano
 (Quilmes)
 Entelequia: Uruguay 341 (Cap. Fed.)
 Local Belgrano: Juramento 2584
 Sekai Comic: Tucuman 980 (a 3 cuadras del Obelisco)
 Oeste Comics: Ituzaingo: 24 de Octubre 990
 Fandomo: Av. Entre Rios 662 Local 13 - Galeria Firenze
 Congreso,
 Saku anime store: Avellaneda - italia 149 (ex la baticueva)

Produce: **地獄**
 Jigoku

WEB: www.jigokuweb.com.ar
 FACE: Jigoku Producciones
 MAIL: infojigoku@gmail.com

Reverso del volante publicitario de la convención Jigoku Style (Junio de 2012).

Peluquero Estilista Otaku Cosplay



**Realizamos el corte de
tus personajes favorito**

Desde
\$40

- ✓ **Corte color**
- ✓ **Mechas,**
- ✓ **Venta Spray,** \$35
- ✓ **Gel,** \$20
- ✓ **Ceras** \$20
- ✓ **Pelucas Canecalón**
- ✓ **Portapelucas**
- ✓ **Extensiones**
- ✓ **Cortinas de pelos**

CONSULTA DIAS Y HORARIOS DE ATENCION

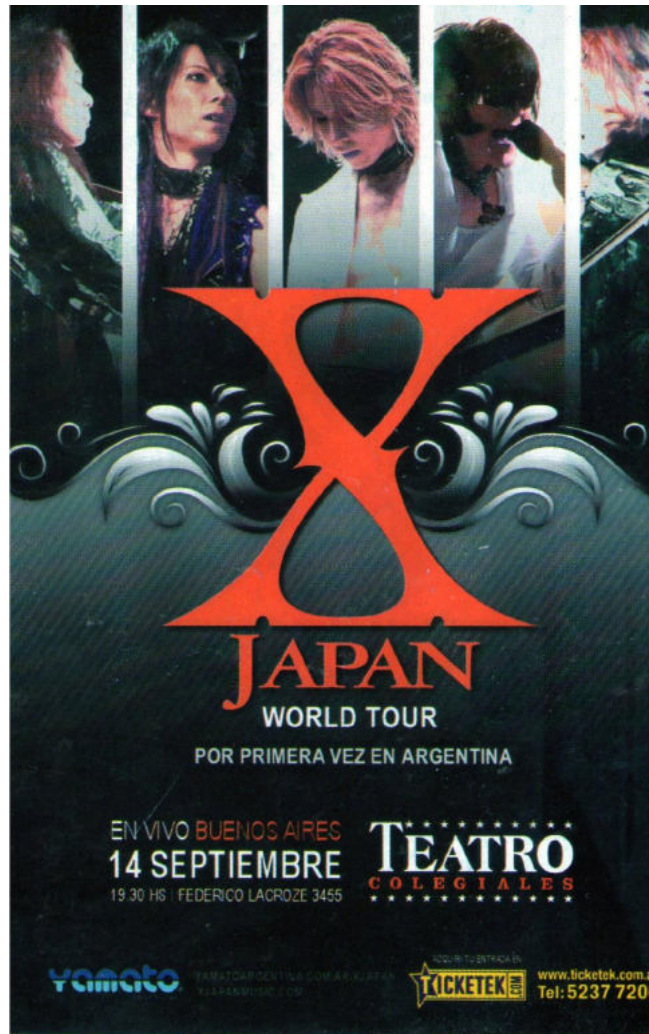
JUJUY 856

☎ 4941-3456 - 15-6553-0042

cristianbrito1973@hotmail.com

VOLANTE ENTREGADO EN MANO. NO ARROJARLO EN VIA PUBLICA LEY 26

Volante publicitario de Cristian Brito, peluquero otaku (Entregado en el evento Otaku Matsuri, Marzo de 2012).



Volante publicitario del concierto del grupo japonés X Japan organizado por Yamato Argentina (Septiembre de 2011).

Volante publicitario del evento Anime Friends de Yamato Argentina (Julio de 2010).

Anime Friends 2011
ARGENTINA

ARTISTAS INVITADOS

Importantes exponentes del J-Pop y Visual Kei.
Cantantes originales de Saint Seiya, Dragon Ball
Kai, Initial D, Transformers, y mucho más.

M.O.U.E

KAYA

NOBUO YAMADA

TAKAYOSHI TANIMOTO

Ricardo Cruz

(PRESENTACIÓN EN VIVO Y FIRMA DE AUTÓGRAFOS)

WWW.ANIFRIENDS.COM.AR

23 y 24 de Julio | Instituto San Antonio
10 a 20 Hs | México 4060 - Cap Fed

Volante publicitario del evento Anime Friends de Yamato Argentina (Julio de 2011).



Volante de stand dedicado al K-pop (Pop coreano) entregado en evento Anime Friends 2012 (Julio de 2012).



OTUNANA ARGENTINA

Colaboramos para ayudar a:

¿Cómo podés ayudarlos?



Traé tus tapitas
plásticas y
otras donaciones
a nuestro stand!

HuellitasSerran

OTRAS DONACIONES:

ALIMENTOS BALANCEADOS, POLARCITOS, TOALLAS,
MANTAS EN BUEN ESTADO, MEDICAMENTOS E INSUMO

CONSULTAR EN EL STAND LA LISTA COMPLETA,
Ó ENVIAR LA CONSULTA A TRAVÉS DE NUESTRA PÁGI

PARA LAS DONACIONES EN EFECTIVO:

Depósito Bancario. Efectuar en Banco Santander Río
CTA CTE Especial 161827, Suc. 114, a nombre de
Elissondo María

CBU: 0720114788000016182736

Luego del depósito, enviar el comprobante vía ma

www.facebook.com/otunana

*Volante de asociación civil Otunana (Otakus unidos por los animales) en Otaku Matsuri
(Tokyo-3 Argentina, Marzo de 2012)*



Entradas de las convenciones Daicon Matsuuri, Otaku Matsuri y After Friends (Mayo de 2011, Noviembre de 2012 y Diciembre de 2012 respectivamente).



Volante publicitario de servicios de prostitución encontrado en la vía pública, cercano a las inmediaciones del recinto donde se realizó el evento Otaku Matsuri (Marzo de 2012).



Fanzine sobre la subcultura otaku (Recogido en Otaku Matsuri, Marzo de 2012)



Tapa de la revista Lazer número 50 (Enero de 2008).



Por Leonardo "Nishi" Llamas

HISTORIA DEL COSPLAY ORIGEN, HISTORIA Y DEMAS YERBAS

SOCIEDAD

Es fácil notar hoy en día que todos los eventos que se realizan de Anime y Manga en nuestro país tienen un núcleo principal: el cosplay. Cientos de disfrazados se reúnen evento tras evento para sentir en su propia piel a los personajes que aman; muchos con la intención de alcanzar el reconocimiento por el trabajo que realizan, otros sólo para subir al escenario y tener sus cinco minutos de fama. Aun así, lo cierto es que esta actividad marca el antes y después de una convención del género y se consagra como el factor más atractivo del evento en cuestión.

Muchos sabrán, quizás principalmente los primeros lectores de Lazer, que la actividad cosplay en Argentina comenzó allá a fines de los años 80 en la convención Fantabaires, cuando, primero aludidos y luego de forma masiva, la gente empezaba a transformarse en los personajes de series o juegos. Aun así, como ya se dijo, fue en Fantabaires 2000 cuando se realizó en Argentina el primer concurso de Cosplay, organizado por Ivrea y estableciendo de la mano de Leandro Oberto las categorías bien a lo Lazer de más sexy femenino y masculino. Sin duda, podemos tomar eso como punto de partida para lo que se vio en eventos posteriores. Básicamente lo que se mostró en esos primeros concursos de cosplay fue un desfile, bastante distinto de lo que es en un torneo como se lo hace internacionalmente. No obstante, debe destacarse que fue así como comenzó su difusión. De hecho, el modelo de concurso creado por Lazer se sigue aplicando hoy en día de forma generalizada en Ar-



Rei y Shinji esperando el bondi...
-Fantabaires 2000-

gentina y se diferencia bastante de cómo ha evolucionado en otros países, donde las categorías suelen ser menos ingenuas y más sofisticadas. Ahora, la pregunta que muchos se deben hacer (y no sólo algo tan popular) son: ¿qué es el cosplay? De dónde surge? ¿cómo se hizo tan popular? ¿cómo de mucha salió? ¿Quién puta lo creó? Como mirada es en otros países? Por qué hay tantas puteadas? Salvo esto último, todo el resto tiene respuesta, a continuación.

Se sabe a ciencia cierta que allá por la década de los 70s,

obviamente en Japón, se empezaron a ver a los primeros disfrazados (no designados cosplayers para ese entonces) en las Comic Market (feria de doujinshins -mangas de fanzines- de donde salieron importantes autores, como es el caso de Rumiko Takahashi). Pero aun así eso no marca el nacimiento de la era cosplay ni su enfoque como algo importante a nivel eventos e industria textil que en años posteriores se gestó en Oriente.

«Ganador Fantabaires 2000»



Trekklies

El nacimiento del término y actividad cosplay como se la conoce hoy en día, comenzó en 1984 en USA, cuando se celebró la Primera Convención Mundial de Ciencia Ficción. Como dato curioso, vale decir que ya se encontraban los famosos Trekklies, quienes se mimetizaban con los personajes de la histórica serie Star Trek.

Entre los invitados a la exposición se encontraba el escritor nipón Nobuyuki Takahashi (editor y guionista de grossas pelis japones como Ju-On y Dark Water), a quien le resultó muy curioso el hecho de ver a cientos de aficionados con remeras de sus series y películas favoritas. Por su parte, un reducido grupo de fanáticos de anime tenían sus remeras representativas, pero éstas fueron hechas a mano por ellos mismos, ya que no había ninguna empresa que se encargara de realizarlas en aquel entonces. Gracias a ello, a Nobuyuki se le prendió la lamparita y se le ocurrió la idea de empezar a producir máscaras durante convenciones en obvia alusión a las fiestas de época, en las que se confeccionaban increíbles trajes y disfraces, y todos debían llevar una máscara acompañando el festuoso traje.

A medida que las máscaras confeccionadas por Nobuyuki iban alcanzando popula-



Ganadora de Expoconics 2001



Lendas 2002



Tienda de Cosplay

ridad, la gente empezó a completar la representación del personaje querido confeccionándose el traje completo. A todo esto, Nobuyuki comenzó a realizar desfiles de estos disfrazados, a los que denominó cosplay, palabra que proviene de la combinación de los términos yankees costume y play (el japo estaba muy apegado al idioma y costumbres americanas). El pasar de los años hizo que esto en Japón fuera tomando más peso, hasta transformarse en algo así como una disciplina para más de uno. Obviamente, aprovechando la veta comercial, muchas empresas productoras de anime empezaron a producir cosplays de los personajes más populares, e incluso se gestaron locales sólo de venta de cosplay e items relacionados. Entre las más destacadas en la actualidad, encontramos la tienda Cospa (Tokyo), donde se pueden encontrar cosplays que superan los mil dólares de valor.

Incluso las calles de Akihabara (ex-barrio de la electrónica, hoy convertido en el barrio otaku) nos presenta lugares como las tiendas Meido-Kissa, la cuales están atendidas por chicas haciendo cosplay. Este tipo de locales son muy populares entre los otakus, incluso hay restaurantes, peluquerías, etc. con detalles super copados como ser que en determinados



momentos las chicas que atienden cosplayers se ponen a hacer karaoke y cosas por el estilo. Se puso tan de moda que incluso se volvió la forma más usual de partir volantes y hacer publicidad.

Otro dato muy interesante de lo que ocurre en Akihabara es lo que pasa los días domingo, donde es frecuente ver pasear por las calles a muchos cosplayers. En ocasiones, incluso alguna idol se presenta por el barrio realizando karaoke o presentando algún tema de su nuevo single a editar. También las chicas que gozan de buena figura impulsaron el fan service cosplayero, que sería algo así como "hacer lo que sea para ganar, y si es en bolas, mejor". Y ni hablar de lo que han llegado a hacer las niñas japonesas. XD

Nunca faltan los denominados Kameto (chicos de la cámara) que son algo así como pibes pajeros que van con su cámara de fotos a registrar todo lo ocurrido y piden a las chicas cosplayers que hagan fan service. Obviamente, siguiendo las reglas del juego, las chicas saben como es esto y ya tienen un fan service preparado para la ocasión.

También es notorio cómo se generó un mercado de ida y vuelta entre anime, manga y cosplay, tal es el caso de producciones temáticas como Cosplay Complex, o escenas alusivas, como un concurso de cosplay en uno de los OVAs de Pita Carrot 2 DX (serie de OVAs emitida años atrás por Locomotion).

Con el pasar de los años, la actividad se hizo cada vez más importante, cruzando fronteras y expandiéndose a lo largo y ancho de todo el mundo. Los concursos de cosplay comenzaron a hacerse, arriba capie en la llamada performance, arriba del escenario. Es decir que no sólo harías falta tener un traje copiado, sino además cantar, bailar o representar una escena de la serie original. Como siempre, no podían faltar los bizarríos de turno haciendo cosplay, cambiando el sexo del perso-



"I want you! young cosplayer"



Performance en Laser Night



"Te castigare en nombre de Freddy Mercury!"

naje a representar. Por más que resulte extraño, hay algunos crossplays realmente muy zarpados en calidad. Es así que algunas de las series y juegos más representados por los cosplayers actualmente son Final Fantasy y Naruto, aunque nunca falta algún flaco que se viste de Sailor Moon. Al menos en Argentina ya tenemos experiencia de un cosplay de esta popular serie, aunque fuera una persona que no estaba muy en sus cabales.

Sin duda, esta actividad -que a veces muchos ven como una disciplina, otras veces como un complejo freak- es algo que creció de determinada manera que ya está super inmerso en toda la sociedad ponía, y poco a poco se va expandiendo cada vez más por todos los rincones del mundo. Actualmente, se realiza en Japón el World Cosplay Summit (El Mundial de Cosplay!) organizado año a año por la cadena televisiva Tv Aichi, tras realizar alianzas con diferentes países del mundo, donde se realizan las preliminares de dicho evento, y cuyo ganador viaja a competir a Japón por las finales. El reglamento que presenta el WCS es realmente muy estricto, el nivel de competición es prácticamente de alta costura, y el traje debe estar hecho íntegramente por el participante (inclusive las armazas!). De dicho evento salieron personas que hoy en día ya son estrellas en el ambiente del cosplay, como el caso de la cosplayer italiana Francesca Dani, quien, tras haber ganado un WCS, se convirtió en una importante modelo publicitaria, que incluso llegó a aparecer en revistas top de moda japonesa y a viajar por todo el mundo realizando performances de personajes femeninos de anime muy populares.



Cosplay Final Fantasy y Naruto



Ganadores del WCS 2007



Segundo y tercer puesto



Francesca Dani, la reina del fan service

LAZER... 50

Informe de la revista Lazer sobre los orígenes del cosplay en la Argentina (Lazer #50, Enero de 2008).