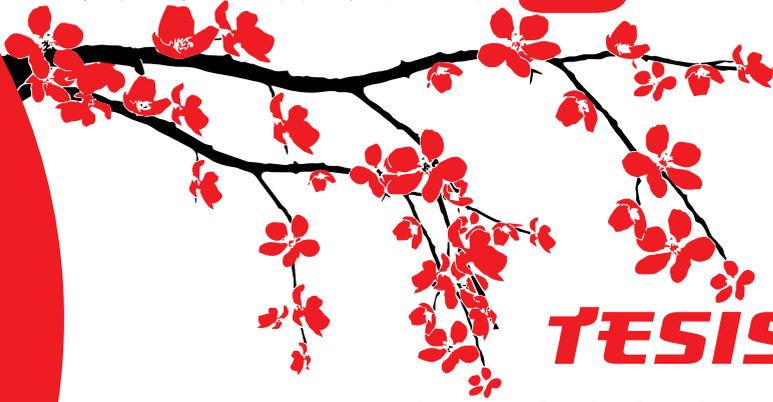


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
CAMPUS VI



# EDUCACIÓN, FAMILIA, GRUPOS DE AMIGOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONFORMACIÓN DE LA **IDENTIDAD OTAKU** EN Tuxtla Gutiérrez, Chiapas



## TESIS

PARA OBTENER GRADO  
DE MAestrÍA EN  
ESTUDIOS CULTURALES

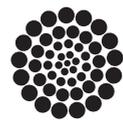
## PRESENTA

JAZMÍN RODRÍGUEZ SALAS

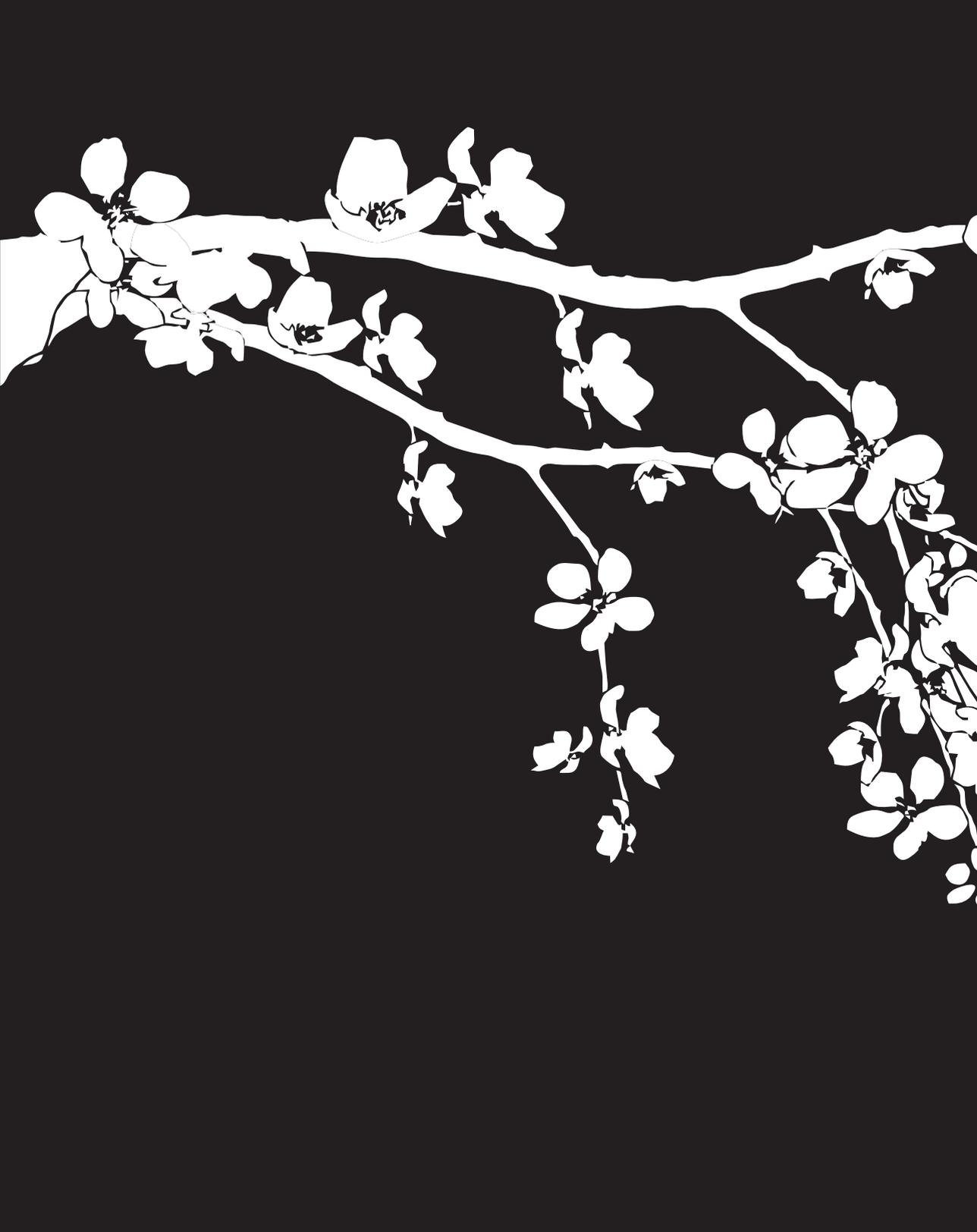
## DIRECTORA DE TESIS

DRM. ROSAÑA SANTIAAGO GARCÍA

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, Diciembre 2015



CONACYT  
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología











UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
CAMPUS VI



# EDUCACIÓN,

FAMILIA, GRUPOS DE AMIGOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONFORMACIÓN DE LA

# IDENTIDAD OTAKU

EN Tuxtla Gutiérrez, Chiapas



## TESIS

PARA OBTENER GRADO  
DE MAESTRÍA EN  
ESTUDIOS CULTURALES

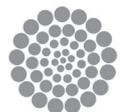
## PRESENTA

JAZMÍN RODRÍGUEZ SALAS

## DIRECTORA DE TESIS

DRA. ROSAÑA SANTIAGO GARCÍA

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, Diciembre 2015



CONACYT  
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología





FACULTAD DE HUMANIDADES CAMPUS VI  
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO  
ÁREA DE TITULACIÓN



F-FHCIP-TM-016

AUTORIZACIÓN/IMPRESIÓN DE TESIS/MAESTRIA

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, octubre 01 del 2015.

Oficio No. CIP/444/15.

C. JAZMIN RODRIGUEZ SALAS  
Promoción: 3ª  
Matrícula: 13061021  
Sede: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas  
Presente.

Por medio del presente, informo a Usted que una vez recibido los votos aprobatorios de los miembros del JURADO para el examen de grado de la Maestría en Estudios\* Culturales, para la defensa de la tesis intitulada:

**“EDUCACION, FAMILIA, GRUPOS DE AMIGOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONFORMACION DE LA IDENTIDAD OTAKU, EN TUXTLA GUTIERREZ, CHIAPAS”.**

Se le autoriza la impresión de seis ejemplares impresos y tres electrónicos (CDs), los cuales deberá entregar:

- Una tesis y un CD: Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas.
- Un CD: Biblioteca de la Facultad de Humanidades C-VI.
- Cinco tesis y un CD: Área de Titulación de la Coordinación de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades C-VI, para ser entregados a los Sinodales

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente

*“Por la Conciencia de la Necesidad de Servir”*

P.A.

**MTRO. GONZALO ESTEBAN GIRÓN AGUIAR**

Director



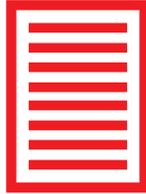
Vc: Bo.

**DRA. EMY JOSEFA ROBLERO VILLATORO**

Coordinadora

C.c.p.- Expediente/Minutario.





**Este trabajo fue realizado gracias al  
financiamiento que recibí como becaria 561432 de  
la Maestría en Estudios Culturales de la Universidad  
Autónoma de Chiapas, otorgado por el Consejo Nacional  
de Ciencia y Tecnología durante el período  
agosto 2013/julio 2015.**





## *Dedicatoria:*

Dedicada al ángel más grande que tengo en el cielo, mi papá; el cual dios llamo a su lado, y que desde allá sigue guiando mi camino, por todo el apoyo incondicional que me ha brindado, por la comprensión y por su eterna lucha como el guerrero que siempre fue en vida, a ese gran hombre que me enseñó cada una de las cosas que sé de la vida y que me heredo esa fortaleza para aceptar y atravesar cada una de las adversidades en la misma.





## *A mis padres:*

**B**ernardino **Antonio Rodríguez Montero** y **Herlinda Salas Abarca**: A quienes agradezco todas y cada una de las cosas que he logrado en mi vida; ya que me han enseñado el verdadero sentido de la lucha, tenacidad y perseverancia para poder lograr cada sueño, meta u objetivo. Y han dedicado la mayor parte de su vida para formar y educar a mis hermanos y a mí con el único propósito de hacer de nosotros unas personas exitosas y de provecho, por eso les doy las gracias, por alentarme siempre en cada decisión tomada hasta el día de hoy sé que estaré eternamente agradecida porque hoy puedo sentirme dichosa de tenerlos como padres.

Gracias a su apoyo y amor culmine una de las etapas más importantes de mi vida, la licenciatura fruto del cariño y confianza que depositaron siempre

en mí, y con los cuales he logrado concluir mis estudios profesionales que constituyen la herencia más grande que pudieran brindarme y si eso no fuera suficiente para darles las gracias; me alentaron en mi deseo de seguir preparándome con una maestría y por lo cual me siento muy afortunada.

Solo deseo, hacerles saber que este nuevo logro en mi vida profesional más que mío, es de ustedes, ya que en él se encuentra todo el esfuerzo que ustedes pusieron para alentarme cada uno de los días a seguir esforzándome para conseguirlo; para mí, se han convertido en la más grande fuente de inspiración.

Por eso quiero decirles que este logro, es una parte importante de una vida llena de retos donde siempre estarán presentes como mi fuente de inspiración, para seguir avanzando y enfrentándome a cada tormenta que se avecine. Los quiero mucho papas.

### *A mis hermanos:*

**Joel Alejandro** y **Emmanuel Rodríguez Salas**: Les agradezco a ambos porque de no haber sido por cada uno de ustedes talvez hoy no estaría donde me encuentro, pues son los únicos que me conocen a la perfección y saben todo sobre mi al ser mis dos grandes protectores, a ustedes que han sido un apoyo muy importante en diferentes ocasiones de mi vida tengo y con los que tengo el orgullo de compartir mis sueños para volverlos realidad, los adoro y amo.

A mi hermano Emmanuel, quien a pesar de todas las tempestades que han sucedido en la familia ha estado ahí me ha apoyado y jalado las orejas varias veces para hacerme volver a apretar el paso para alcanzar mis metas. Gracias carnal, a pesar de que a veces pareciera que yo soy la grande de los dos, eres un buen hermano aunque me enoja contigo tu sabes que te quiero.

A mi hermano Alejandro, a pesar de que ya han pa-

sado cinco años desde que has partido de este mundo; me duele recordar que ya no estás y las lágrimas quieren correr por mis mejillas, sin embargo recuerdo que tú sigues aquí como uno de mis tantos ángeles desde el cielo apoyando y guiándome en mi camino; el pensar en ti me da fuerzas, pienso que allá en el cielo junto con papa estarán viendo y celebrando este logro conmigo por eso te dedico este logro a ti mi hermano casi gemelo. Gracias por demostrarme grandes lecciones de vida a través de cada uno de los pasos que diste, he aprendido mucho de ti y fue esa huella que dejaste la que ahora me hace vivir cada día con más fuerza y enfrentar cada obstáculo que se me presenta.

### *A mi esposo:*

**Genaro Santos González:** A quien le agradezco el estar siempre a mi lado apoyándome y animándome a seguirle echando ganas en cada una de las cosas que me propongo. Gracias porque de no haber sido por ti talvez yo hoy no estaría terminando este trabajo y me atrevo a decirlo ni siquiera lo viera empezado; porque gracias a ti me anime a intentar entrar en la maestría y seguir preparándome y aguantar mil veces los comentarios y debatir sobre los puntos de vista de la investigación conmigo para poder aclarar mis ideas cuando ni yo misma entendía que rumbo tomar. Gracias porque a pesar de todo lo que ha sucedido sigues estando ahí a mi lado dándome fuerzas para poco a poco ir cumpliendo mis sueños, por todo eso muchas gracias.

### *A mi director de tesis:*

**Dra. Rosana Santiago García:** A quien le agradezco infinitamente su gran paciencia y comprensión que tuvo conmigo; por brindarme cada uno de sus conocimientos e ideas amablemente, el regalarme su

I S 巾 巾 J  
 ナ カ ム モ 巾  
 ム ロ ウ 辰 山  
 ワ ウ 古 C S  
 ム モ ム ム I  
 ケ ウ 巾 C  
 I ム S  
 巾 ソ ウ カ W  
 ム ム I I O  
 S O 巾 ウ 辰  
 山 I モ 古 ム  
 巾 ソ ム 巾 ム  
 ム 山 ケ モ  
 ケ 辰 I C I  
 I I カ カ W  
 S ム ム O  
 S 乃 レ  
 ソ カ 辰 レ  
 ム O ム  
 ケ J  
 I O  
 巾  
 モ  
 S  
 カ  
 I

valioso tiempo para platicas y debatir con usted sobre el tema fue de gran ayuda para consolidar este proyecto pues aprendí mucho. Gracias por volverse parte de no solo de este trabajo sino de mi vida.

Algo que le agradezco mucho, son esas llamadas de atención y jalones de oreja, ya que sin ellos este tesis no podría estar terminada. Dra. Rosana quiero que sepa que al trabajar bajo su tutela fue una de las experiencias más gratas que he tenido y en la cual paso de ser solo una directora de tesis a una amiga que aprecio y estimo mucho.

Gracias por hacer de la experiencia de trabajar en la tesis de maestría algo más agradable, por confiar en este trabajo y por mostrarme esa actitud tan comprensiva en los momentos difíciles. Solo me queda decirle que hasta el día de hoy estoy orgullosa de que me la asignaran como mi directora de tesis y contenta de que usted haya aceptado ser parte de este procedimiento clave en mi desarrollo profesional. Dra. Muchas gracias.

### *A mis amigos otakus:*

Gracias por haber formado parte de este proyecto y ser tan abiertos conmigo a pesar de que en algunos casos no me conocían; por su gran apoyo e interés hacia éste y brindarme el tiempo necesario para contestar una encuesta y con algunos para participar en el grupo de discusión que era un tanto extenso dejándome entrar y conocer un poco más de ustedes pero sobre todo muchas gracias por ser mis amigos.



# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTERCULTURALIDAD, RELACIONES SOCIALES E IDENTIDAD</b> .....	<b>25</b>
<b>1.1. CULTURA E INTERCULTURALIDAD</b> .....	<b>26</b>
<b>1.2. DIVERSIDAD CULTURAL</b> .....	<b>32</b>
<b>1.3. ¿QUÉ ES LA INTERCULTURALIDAD Y CÓMO SE CONFIGURA EN LA SOCIEDAD?</b> .....	<b>36</b>
1.3.1. Implicaciones del enfoque intercultural de las relaciones sociales .....	37
<b>1.4. FORMACIÓN IDENTITARIA DE LOS INDIVIDUOS SOCIALES</b> .....	<b>39</b>
<b>1.5. FAMILIA Y AMIGOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES</b> .....	<b>45</b>
1.5.1. Influencia de la educación .....	49
1.5.2. Influencia medios de comunicación .....	56
<b>CAPÍTULO 2. LOS OTAKUS ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?</b> .....	<b>59</b>
<b>2.1. TRIBUS URBANAS</b> .....	<b>61</b>
2.1.1. Percepciones de la sociedad ante las tribus urbanas .....	65
2.1.2. Tipos de tribus urbanas .....	67
<b>2.2. COMUNIDADES JUVENILES</b> .....	<b>69</b>
2.2.1. Los Otakus como comunidad juvenil y su ciudadanía .....	74
<b>2.3. LOS OTAKUS ORIGEN, SIGNIFICADO Y CONFORMACIÓN</b> .....	<b>81</b>
2.3.1. Características del Otakus .....	84
2.3.2. Prácticas de los Otakus .....	104
<b>CAPÍTULO 3. LA LLEGADA DE LA CULTURA NIPONA A MÉXICO Y EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS</b> .....	<b>113</b>
<b>3.1. LLEGADA DE LA CULTURA NIPONA A MÉXICO</b> .....	<b>119</b>
3.1.1. Cómo surge el traslado de la cultura oriental a otros países .....	120
3.1.2. Como se da la llegada a la capital mexicana .....	122
3.1.3. Cómo llega a Chiapas .....	128
<b>3.2. EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS EN MEXICO</b> .....	<b>130</b>
3.2.1. Como inició la conformación de los grupos Otakus .....	131
3.2.2. Fundación y conformación de los clubs de Otakus en Tuxtla Gutiérrez .....	133

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO 4. CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU LA INFLUENCIA DE SU ENTORNO SOCIAL, PRÁCTICAS SOCIALES E INTERCULTURALES EN TUXTLA GUTIÉRREZ .....</b>	<b>141</b>
<b>4.1. CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU EN TUXTLA GUTIÉRREZ .....</b>	<b>150</b>
4.1.1. Interiorización de la cultura oriental en los Otakus de Tuxtla Gutiérrez y sus implicaciones .....	152
<b>4.2. SER OTAKU LA CONFORMACIÓN DE UNA IDENTIDAD .....</b>	<b>153</b>
4.2.1. ¿Qué se necesita para ser Otaku? .....	158
4.2.2. Componentes de la identidad Otaku .....	160
4.2.3. Efectos de la identidad Otaku .....	162
<b>4.3. ENTORNO SOCIAL DEL OTAKU .....</b>	<b>167</b>
4.3.1. El papel de la familia como parte del entorno social .....	169
4.3.2. El papel del grupo de amigos .....	174
4.3.3. El papel de los medios de comunicación .....	178
4.3.4. El papel de la educación .....	182
<b>4.4. PRÁCTICAS SOCIALES E INTERCULTURALES DE LOS OTAKUS DE TUXTLA GUTIÉRREZ .....</b>	<b>192</b>
4.4.1. Practicasinterculturales.....	198
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>201</b>
<b>CON RESPECTO A LA CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU .....</b>	<b>202</b>
<b>CON RESPECTO A LA INFLUENCIA DE LA EDUCACIÓN .....</b>	<b>205</b>
<b>CON RESPECTO A SUS RELACIONES SOCIALES     Y LAS PRÁCTICAS INTERCULTURALES .....</b>	<b>207</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>211</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>219</b>
<b>ANEXO 1. ENCUESTA PARA LOS OTAKUS .....</b>	<b>219</b>
<b>ANEXO 2. GUÍA DE ENTREVISTA A REPRESENTANTES     DEL CLUB OTAKUS .....</b>	<b>223</b>
<b>ANEXO 3. GUÍA DE ENTREVISTA A FUNDADORES DEL CLUB .....</b>	<b>224</b>
<b>ANEXO 4. GUÍA DE OBSERVACIÓN .....</b>	<b>225</b>
<b>ANEXO 5. IMÁGENES DETONANTES DEL GRUPO DE     DISCUSIÓN Y LINKS DE VIDEOS MOSTRADOS .....</b>	<b>228</b>



## INTRODUCCIÓN

**E**ste trabajo es el resultado de una serie de indagaciones relacionadas con el análisis de los procesos de construcción de identidades juveniles, asociados al consumo de productos procedentes de algunos países orientales. El objeto de estudio, se enfoca a la conformación identitaria del sujeto dentro y fuera de la comunidad Otaku en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas por el consumo de los productos de entretenimiento oriental que se conocen y son distribuidos en el estado, a través de la educación formal, no formal e informal, la familia y el grupo de amigos, tales como novelas (doramados/dramas), anime (caricaturas japonesas), mangas, (comics/ historietas japonesas); k-music/j-music (música japonesa o coreana); películas y productos comestibles populares (por ejemplo dulces), de países como Taiwan, Japón y Korea). El término Otaku refiere al aficionado a las caricaturas japonesas (anime) y a la historieta japonesa (manga), que adopta valores y comportamientos de los personajes de las historietas y los practica en su vida diaria.

Esta investigación deviene, a partir de una indagación anterior sobre los Otakus realizada para obtener el grado de licenciada en Comunicación, en la que se logró

エ 市 市 市  
ナ カ ム モ 市  
ム ロ 市 市 市  
ワ 市 市 市  
ム モ ム ム エ  
ケ 市 市 市  
エ ム 市  
市 ソ 市 カ 市  
ム ム エ エ 市  
市 ロ 市 市 市  
市 エ モ 市 市  
市 ソ ム 市 ム  
ム 市 ケ モ  
ケ 市 エ 市 エ  
エ 市 カ カ 市  
市 市 ム ム 市  
ソ カ 乃 市  
ム ロ ム 市  
ケ 市  
エ 市  
市 市  
モ 市  
市 カ 市  
エ

## **INTRODUCCIÓN**

identificar 3 diferentes estilos de vida del joven Otaku: estudiantil, doble cara (profesionista) y el personal. Estilos de vida que se desarrollan cuando los jóvenes adquieren un hábito de consumo de los productos de entretenimiento oriental y lo conjugan con su vida diaria los cuales son definidos a partir de distintos factores como son el tiempo dedicado al consumo de los productos de entretenimiento oriental, el dinero invertido en alguna de las actividades relacionadas con la cultura oriental, como es el coleccionismo o el cosplay; el nivel de estudio de las personas (Otakus) y la edad de estos.

Es a partir de esta investigación y de la convivencia con los jóvenes Otakus que la presente investigación intenta profundizar más sobre la construcción de la identidad Otaku y como esta construcción es permeada por distintos factores como son la educación, la familia, los amigos y los medios de comunicación masiva.

Por eso se cree que de esta manera ciertos productos de consumo cultural como el anime y el manga, que iniciaron como algo cotidiano, se vuelven parte de un proceso de interiorización de aspectos y elementos para la construcción de una identidad.

Así, el anime y manga surgió como parte de la cultura japonesa desde los años sesenta, desde esa fecha no ha dejado de expandirse alrededor del mundo, hasta lograr convertirse en un fenómeno social que ha tocado a millones de jóvenes en el mundo y ha engendrado prácticas relacionadas con su consumo.

Por ello estos productos de entretenimiento oriental poseen un campo de recepción bastante amplio demográficamente hablando, algunos jóvenes son consumidores de este tipo de productos desde su infancia, pasando por la adolescencia, hasta la etapa adulta. Estos Otakus han permitido que los mensajes y los discursos que producen los animes y mangas, se vuelvan parte integral de sus prácticas y ocupan parte importante de sus actividades, reconfigurando algunos o varios aspectos de su vida como son: el ámbito profesional, sen-

timental, creencias personales e incluso sus visiones políticas.

En Chiapas, en particular en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, el aficionado Otaku se reúne con otros aficionados en clubes oficiales y convenciones entre otros, donde realizan toda una serie de prácticas culturales relacionadas con su afición.

En la presente investigación, se profundiza en las particularidades de la conformación de la identidad de los individuos que integran este grupo a través de los diferentes factores ya antes mencionados, sus formas de relación social, el modo en que comprenden su constitución como Otakus y su ser como uno de ellos, lo cual configura su visión del mundo, ya que ser Otaku es para toda la vida, identidad que se construye en el tiempo, en el caso del grupo de Otakus de Tuxtla, Gtz, gran parte de ellos son adultos. En estos grupos se encuentran y reconocen tanto fanáticos extremos, como aquellos que se sienten atraídos por la temática pero no se autodenominan Otakus, todo ello ha generado una clasificación que quienes pertenecen al grupo identifican de manera muy clara.

De esta manera se considera que la interculturalidad producto de la globalización, es sin duda un elemento esencial que ha permitido el consumo ilimitado de productos de entretenimiento de otras culturas, que lo hacen conocedor de otras culturas, costumbres y tradiciones, que pueden ser adoptadas y adaptadas, enriqueciendo la propia, además tal situación les permite a su vez ser partícipes de un intercambio de conocimientos/cultura con los demás sin perder la propia identidad.

A partir de lo anterior se ha considerado necesario cuestionarse acerca de ¿Cuáles son los procesos de construcción identitaria del Otaku, a partir de la influencia de la educación formal, no formal e informal y qué consecuencias tiene ésta en las relaciones sociales que los Otakus establecen con sus grupos cercanos?

De esta manera el objetivo de la investigación fue analizar los procesos de construcción identitaria de los Otakus en Tuxtla Gutiérrez; Chiapas; a partir de la influencia de la educación formal y no formal en ello y sus consecuencias en las relacio-

## **INTRODUCCIÓN**

---

nes sociales que estos establecen.

Así de manera específica se propuso identificar a los Otakus pertenecientes a los grupos de éstos existentes en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, revisando sus antecedentes históricos, campos de acción y prácticas, identificar las características de los Otakus en México, conocer los sentidos y significados que estos dan a la pertenencia a este grupo y analizar la influencia de la educación en el proceso de interiorización de estos elementos o aspectos que los identifican.

Los estudios culturales tienen un campo muy amplio para aplicar sus investigaciones, no sólo investigan el comportamiento cultural humano, también tienen el deber de investigar todo lo que rodea e influencia, enseña e indica la razón por la que el sujeto tiene una cultura igual o diferente al de su contexto. De ahí que la investigación se considera importante a partir del surgimiento de las culturas emergentes que nacen del reconocimiento de una diversidad cultural que nos ayuda a conocer los problemas que se presentan debido a la diversidad, así como los problemas que tuvieron que enfrentar cada una de las culturas juveniles para existir desde sus inicios.

Este tema es de interés social, ya que actualmente existe una gran diversidad cultural, podemos apreciar dicha diversidad en todas las zonas geográficas, sin embargo, no todos sabemos lo que implica pertenecer a un grupo juvenil, ni las razones que tuvieron los integrantes para agruparse en ella.

Es importante explicar cómo los grupos de Otakus existentes hoy día en México, inciden en nuestra cultura, cambiando algunas cosas y modificando y adicionando otras, es importante destacar que es relativamente fácil la aceptación de estas nuevas formas de vida, provocando una gran diferencia de pensamientos.

Muchas veces por ignorancia o a partir de la información que los medios de comunicación realizan sobre determinados acontecimientos, situaciones o culturas como las tribus urbanas, el otro se reconoce como diferente y en este mismo reconocimiento comete actos discriminatorios hacia el diferente,

este es el caso de los Otakus, sin darnos cuenta que muchas veces estas personas con pensamientos distintos a los nuestros, son excluidas por ser considerados no gratos.

En esta tesis se da cuenta de cómo influye el factor educativo tanto formal, no formal como informal, en la construcción de la identidad del individuo y cómo a través de ella se logra la interculturalidad, la cual se evidencia en las relaciones sociales o en su defecto conocer el o los motivos por los cuales ésta no se lleva a cabo, lo cual se traduce en discriminación y rechazo.

En el grupo que se estudió el proceso de construcción de la identidad que crean a partir del consumo de los productos de entretenimiento oriental, con la cultura japonesa que los lleva a crear una forma de vida particular, crean espacios de encuentro y fiestas originales como las diferentes convenciones que se han realizado desde su iniciación, en que participan gran cantidad de jóvenes que se sienten parte de este grupo.

La originalidad de los Otakus parte de la construcción de su identidad al identificarse con una cultura tan lejana como la japonesa y esta identificación es a través de los animes, es decir, con personajes inexistentes en el mundo real como Oliver Atom de los supercampeones o Serena de Sailor Moon, a quienes dan vida.

Lo que estamos señalando son apreciaciones externas e internas que se han logrado observar de manera directa de los Otakus con los que ya se ha tenido contacto anteriormente y que se irán descartando o afirmando conforme nos acercamos y conocimos más de ellos en un marco de respeto y participación para lograr interpretar los significados que le dan a sus formas de expresarse, a su pensamiento y a sus acciones.

Debido a eso y a la incidencia de los Otakus en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas a partir de sus inicios en el año de 1999 nuestro interés radica en conocer la influencia de aquellos factores como la educación, la familia, los medios de comunicación y los amigos en la construcción de la identidad Otaku y como a través de ello los jóvenes adquieren nuevos modelos de relacionarse creando nuevas formas de interrelación social, con

sus propios códigos de comunicación, valores, afición por determinada música o videojuegos y el , reconocer su derecho a formas de ser “distintos considerando que entre los mismos Otakus hay una diferencia entre la identidad Otaku y el fanatismo que también depende en muchas ocasiones de la edad que se tenga y el tiempo dentro del grupo.

Ya que se ha apreciado un incremento de la población juvenil en los grupos sociales de aficionados al anime y manga que ocasiona la creación de más convenciones relacionadas al gusto por la cultura oriental al año. Esta situación origina que dentro de los jóvenes tuxtlecos exista esta pérdida de identidad y se cree una reconfiguración cultural donde se mezclan características de ambas culturas formando un grupo social que ha adquirido fuerza en la ciudad capital.

De esta manera la presente investigación se realizó a partir de la interacción con los integrantes de los grupos de jóvenes Otakus que existen dentro de la



ciudad de Tuxtla Gutiérrez. Con un corte cualitativo interpretativo ya que se logró conocer los procesos de aprendizaje y de formación de una identidad Otaku desde el consumo de los productos orientales, que adquieren los jóvenes que se denominan Otakus dentro de sus mismas prácticas identitarias, así mismo, también se analizó aquellas interacciones y relaciones dentro y fuera de su grupo o espacio seguro del Otaku, tomando en cuenta las descripciones y situaciones sobre el comportamiento, actitudes que se pueden observar de forma externa como interna a partir de la convivencia y apertura de los mismos hacia uno. El estudio es de corte interpretativo, porque permitió desarrollar las correspondientes interpretaciones de la vida social del sujeto desde una perspectiva que parte de la cultura hasta los nuevos movimientos.

A partir de un enfoque etnográfico, especialmente por el proceso de observación participante que se realizó durante la indagación, se pudo analizar e interpretar la información proveniente del trabajo de campo, cuyos datos (información verbal y no verbal) consisten en experiencias textuales de los jóvenes protagonistas del fenómeno al que se observó en su ambiente natural para comprender lo que hacen, dicen y piensan, además de cómo interpretan su mundo y lo que en él acontece para poder distinguir en todo ello cómo se va dando el proceso de aprendizaje y construcción de una identidad.

Para llevar a cabo este tipo de enfoque nos valimos de ciertas técnicas de recolección de datos como es la observación participante registrada en las guías de observación, un grupo de discusión y las entrevistas realizadas a fundadores y coordinadores de los clubs. Las cuales fueron de gran ayuda para lograr una adecuada interpretación de los mismos. Sobre el objeto de estudio.

Es así como para empezar esta investigación se realizó un proceso que ayudó a la recolección de la información de campo necesaria para analizar la construcción de la identidad del Otaku:

## **INTRODUCCIÓN**

Como primer momento se visitó las bibliotecas, librerías, y artículos en Internet para obtener los fundamentos teóricos o las descripciones adecuadas sobre cada uno de los conceptos principales que se mencionan en la primera categoría de la investigación de esta manera se logró identificar cada una de ellas en el estudio de campo. Considerando que esta acción se llevó a cabo en varias ocasiones dependiendo de que se necesitó dentro del desarrollo de la misma investigación ya que estos son la base principal y los que darán el fundamento al desarrollo completo del proyecto de investigación. Es así como se tomó el tiempo necesario para seleccionar la bibliografía que fue el soporte teórico de la investigación.

Después de tener claro el avance teórico; se siguió conservando e interactuando con los jóvenes con los que se había estado conviviendo y conociendo cada una de las partes estructurales, características particulares y sociales dentro del grupo Otaku; logrando con ello la recolección de los datos en el trabajo de campo en el que se fueron identificando aquellos sujetos que eran los más pertinentes para el posterior grupo de discusión que ayudó a profundizar sobre la identidad y los procesos de aprendizaje del Otaku, así como sus relaciones o interacciones sociales con sus grupos sociales cercanos en los que se desenvuelve en su vida cotidiana.

El acercamiento que se logró fue más de confianza y de familiarización con el grupo para comprender con más claridad cómo se llevaron a cabo estos procesos de aprendizaje ya antes mencionados.

De esta manera al estar involucrados con el grupo de jóvenes, se participó en cada una de las actividades realizadas en cada una de las reuniones o conferencias en las que los Otakus participan.

Posteriormente a esto y al lograr identificar a las personas claves para la investigación se realizó el grupo de discusión seleccionando a 5 jóvenes Otakus que oscilaban entre los 20 a 32 años de edad; buscando a su vez cierto grado de empatía

e identificación de los participantes hacia el investigador que ayudo a poder recolectar datos más reales que como persona extraña al grupo no se podrían obtener haciendo grabación tanto de audio como de video; así se comenzó mostrando un video de recopilación de opening de los animes a través de los años con lo que se desencadeno los comentarios de los participantes hacia lo que significaban estos y las imágenes que posteriormente se les fueron mostrando.

Cabe mencionar que desde el momento en que uno se inserta como parte del grupo inicia el proceso de observación en el que se utilizó guías de campo, esto para anotar los acontecimientos relevantes que sirvieron para el tema de investigación en cuanto a la relación de los Otakus y su actitud hacia ellos y cómo se da la interacción con sus grupos sociales cercanos como la familia y los amigos.

Posteriormente se encontraron a las personas que se entrevistarían para obtener datos históricos sobre cada uno de los clubs que existen en Tuxtla Gutiérrez para ello nos apoyamos de algunos instrumentos como una guía de entrevista previamente realizada y herramientas como la videograbadora o la grabadora de voz.

Al finalizar se analizaron e interpretaron todos los datos recolectados para empezar con la redacción la investigación presente entretejiendo la información obtenida por los teóricos con los datos recogidos en campo, finalizando así con la presentación del proyecto de investigación realizado.

Este proyecto de investigación se estructura en cuatro capítulos, en los que se aborda cada una de las partes desarrolladas para la comprensión de la construcción de la identidad Otaku los cuales se componen de:

El primer capítulo en el que se lleva a cabo la conceptualización del significado de conceptos claves dentro de la investigación que nos llevará a profundizar en la forma de construcción de identidades de los jóvenes centrándonos principalmente en aquella generada por el consumo de productos procedentes de algunos países orientales; entendiendo

## **INTRODUCCIÓN**

estos como novelas(doramas/dramas), anime (caricaturas japonesas) mangas, (comics/ historietas japonesas), k-music/ j-music (música japonesa o coreana), películas de los distintos países orientales como Taiwan, Japón y Corea así como también productos comestibles (dulces o gastronomía) populares dentro de estos países.

En el segundo capítulo se explica y problematiza el concepto de tribus urbanas y como estas son concebidas y también se habla de las comunidades juveniles haciendo una comparación entre ambas para posteriormente decir si los Otakus son tribus o comunidad y a su vez se habla sobre que es un Otaku, como éste adquiere esa denominación y el concepto que se tiene de estas personas en el continente oriental y occidental; de esta forma también se expone cuáles son las dinámicas en las que se integra y cuáles son las prácticas que desarrolla el joven aficionado.

Para el tercer capítulo se abordó la cuestión de los antecedentes del producto a su llegada a México, Chiapas y principalmente en Tuxtla Gutiérrez para posteriormente hablar sobre la historia de la conformación de los tres clubs de animes que se localizan en la ciudad y quienes se han encargado a través de los años en la difusión de la cultura oriental.

Por último, en el capítulo cuatro se lleva a cabo el análisis de la influencia de cada uno de los factores que determinan la conformación de la identidad Otaku y como estas son parte importante dentro de la misma; considerando dentro de estos factores a la educación, la familia, los grupos de amigos y los medios de comunicación, la presentación de las respuestas de la encuesta realizada a los jóvenes Otakus, de los comentarios de los jóvenes que participaron dentro del grupo de discusión la observación en la convivencia que sostuvo en la convivencia con ellos.

Finalmente están las conclusiones, donde se hace una reflexión general acerca de las condiciones a través de las cuales se conforma la identidad Otaku en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

# **CAPÍTULO 1**

## **INTERCULTURALIDAD, RELACIONES SOCIALES E IDENTIDAD**

**E**ste estudio se ubica en el campo de la investigación de los procesos de construcción de identidades juveniles, principalmente los que están asociados al consumo de productos procedentes de algunos países orientales, tales como novelas (doramas/dramas), anime (caricaturas japonesas), mangas, (comics/ historietas japonesas); k-music/j-music (música japonesa o coreana); películas y productos comestibles populares (por ejemplo dulces), de países como Taiwán, Japón y Corea.

Si bien, en el estado de conocimiento relacionado con este objeto de estudio, se pueden encontrar diversos enfoques de carácter disciplinario, subyace en este punto de vista el convencimiento de que los grupos sociales emergentes solo pueden ser visibilizados desde una postura interdisciplinaria, cuyo núcleo interpretativo se ancle en los procesos culturales y la dinámica de las estructuras sociales del mundo actual. Ambos aspectos, a su vez cuentan con una gama amplia de posicionamientos, que conviene exponer desde ahora en el marco teórico para realizar el diseño y la indagación en este estudio. Por lo que se abordan los conceptos de cultura e interculturalidad.

### **1.1 CULTURA E INTERCULTURALIDAD**

Mucho se ha dicho sobre lo que se entiende por cultura. Sociólogos, antropólogos, psicólogos, entre otros, han expuesto tanto definiciones normativas, como descriptivas sobre este aspecto de la realidad humana. Entre las ideas que hay al respecto, el concepto de Herrera (2014) parece una de las más acertadas:



Los grupos humanos se configuran según una serie de reglas sociales dentro de espacios delimitados. Aun hoy, cuando los límites geográficos, territoriales y temporales parecen no existir, una serie de aspectos relacionados con la vida humana transcurren dentro de marcos referencia específicos. A esas reglas en conjunto se les llamó cultura y aunque habría consenso en ello, se pueden encontrar dos discusiones hasta cierto punto contrarias: la cultura concebida como una creación humana que ha adquirido carta de naturalidad, contra el punto de vista de que la cultura es una extensión o construcción de la realidad humana a partir de su fundamento biológico (Herrera; 2014, p.41).

En el primer caso, es decir, la cultura como creación humana, implica aceptarla como una cuestión relacional es decir, se establece en un ámbito de luchas y disputas por la imposición de ciertas formas de reglas y normas culturales que al afirmarse niega otras posibilidades. Por ello, a través de la educación pero con la ayuda de la sociedad, se establece una arbitrariedad cultural a través de la violencia simbólica que niega otras formas de percibir y actuar en el mundo, de este modo una cultura es idealizada y pensada como la correcta y se tiende a naturalizar perdiendo su historicidad.

La segunda orientación, la idea de que la cultura es una extensión o construcción de la realidad humana, a partir de su fundamento biológico, ha sido expuesta y sintetizada por el antropólogo Edward T. Hall (citado en Herrera, 2014).

La cultura la integran unidades de comportamiento que todo ser vivo realiza, pero que el ser humano, en su desarrollo ha llevado a niveles que han quedado fuera de actos instintivos, para llegar a lo que Giddens (1995) reconocerá como actos reflexivos. Hall denomina a esas unidades como sistemas de mensaje primario, y a decir



verdad no operan de forma unitaria, sino como un grid o mapa que al ser llenado con las descripciones particulares de un conjunto humano, describen su cultura. Este grid tiene la virtud de concebir a la cultura, como muchas cosas al mismo tiempo. Hall se dedicó especialmente al componente temporal y territorial, es decir, observaba el mapa cultural de las sociedades tomando como referencia estos dos componentes. Pero no es una condición específica, en teoría el estudio de la cultura se puede emprender desde cualquiera de los componentes de grid a condición de que no se suponga que unos son más importantes que otros (Herrera; 2014, p.42).

La propuesta de Hall (1990) y su mapa de la cultura, reconoce además la existencia de diferentes dimensiones formal, informal y técnica en que la cultura se aprende, cambia o consolida. La interacción de los diferentes mensajes primarios de la cultura, sólo cobran sentido cuando se develan los comportamientos culturales relacionados con las tres dimensiones.

De acuerdo al mapa de la cultura propuesto por Hall (1990), ésta se maneja en diferentes dimensiones que van desde lo formal, informal y la técnica señalando las formas en las que la cultura se puede aprender, cambiar o consolidar.

La primera dimensión, la formal, corresponde a todo el acervo de actos y tradiciones que se encuentran completamente codificadas en la cultura y por la cual el accionar social del sujeto se mantiene regulada. En palabras de Herrera (2014):



Es la dimensión que en términos de cambio, menos cambia, o dicho de otra manera, la que contiene la carga tradicional menos movible de la cultura. Más aún es la dimensión más cíclica de los comportamientos culturales, en cierto modo la responsable del mantenimiento y la reproducción de las estructuras sociales (Herrera; 2014, p.48).

**La interacción de los diferentes mensajes primarios de la cultura, sólo cobran sentido cuando se develan los comportamientos culturales relacionados con las tres dimensiones**

Los comportamientos culturales relacionados con la dimensión formal, presentan una alta codificación, y por tanto su cambio es lento y hasta tortuoso. No resulta extraño comprobar que muchos de los problemas sociales se originan en la pretensión de cambiar pautas altamente arraigadas. En el mismo sentido, y por la misma razón, hoy día la empresa y el mercado tiene como imperativo el lograr que ciertas pautas, como el consumo, sean “formalizadas” rápidamente en la cultura, porque ello supone la garantía de la permanencia de este comportamiento durante mucho tiempo. Para hacerlo:



La dimensión formal de la cultura se aprende por procesos de enseñanza intencionados -no necesariamente escolarizados- que abarcan una gama importante de medios y contenidos asociados a “formar” a la persona en el ámbito de su cultura, y por agregado, en el manejo de las claves para transcurrir en todos y cada uno de los modelos culturales de uso en lo que vivirá cotidianamente (Herrera; 2014, p.49).

Puesto que la cultura se aprende, Hall (1990) asocia a cada dimensión de la cultura una manera propia de aprendizaje, por ello:



La formación humana tiene su núcleo principal justamente en esta dimensión de la cultura. Mucho de lo que somos, de lo que pensamos y de las formas que reaccionamos, están asociados a la formalidad de la cultura. Las claves de comportamiento cultural son los contenidos principales de la cultura formal, éstos se aprenden a partir de las correcciones que agentes más versados en los temas nos hacen. Aprendemos pautas de comportamiento cultural -usar los espacios, hablar de ciertos temas en ciertas situaciones, llamar ciertas formas a los adultos y a los hermanos, y un largo etcétera- a partir de lo que los autorizados nos dicen. En cierto modo, esto que se hereda de la familia y de los mayores, son el primer capital cultural que incorporamos (Herrera; 2014, p.49).

Capital cultural que desde el momento en que llega al mundo un nuevo individuo se le va enseñando para que este sepa

cómo reaccionar ante ciertas situaciones establecidas en su diario vivir a lo largo de su vida siguiendo este consenso de reglas, normas y pautas enseñadas por las grandes instituciones sociales que existen dentro de un grupo social.

La dimensión informal por su parte:



Tiene relación con aquellos comportamientos culturales que no están atados a las reglas y tradiciones de la estructura social, por lo que son cuando menos, más flexibles, pero tan anclados a lo habitual que, en términos de cambio, son difíciles de modificar. El uso del tiempo es una buena forma de apreciar la diferencia entre estas dos dimensiones: las instituciones imponen ciertos horarios de entrada y salida, a veces de recesos. Esta imposición responde a la conveniencia de controlar la producción y el desarrollo de las actividades; cuando no se requiere de ese control, el uso del tiempo es completamente informal, y se nota hasta en el lenguaje: “Nos vemos como a las 12”, “hay que citar a las 9 para que lleguen como a las 11”; la gama de posibilidades es tan grande como el umbral que se ha aprendido en el modelo cultural de uso (Herrera, 2014, p.49).

Los comportamientos culturales de la dimensión informal, tienen su fuente de aprendizaje en los modelos, en la copia, en la reproducción de pautas que se codifican, por decirlo de alguna manera con un formato relajado. Siguiendo el ejemplo de Herrera, el tiempo formal implica sanciones o premios, conforme el cumplimiento o no de la norma, incluso se pactan los umbrales en los que se puede llegar temprano, o tarde. Pero cuando se trata del tiempo informal, esas pautas ni conllevan sanciones y sus umbrales implican una cierta permisividad que puede variar mucho entre un modelo cultural y otro. La impuntualidad se aprende a partir de los modelos de impuntualidad que operan en la cultura, y cuando se usan en ella, no hay reprimendas por parte de los actores.

Los comportamientos informales asociados a la territorialidad, se aprenden copiando el manejo de la territorialidad de los más experimentados, incluso de aquellos que han delimitado informalmente el territorio a usar. Sin que existan certificados de propiedad, solo por una conjunción de práctica y

costumbre, ciertos territorios de las escuelas, parques y calles, pueden ser ocupados por ciertos grupos u ciertas personas.



La mejor forma de describir esta dimensión es aceptando el dicho “al pueblo que fueres haz lo que vieres”, esto es, si observamos cómo ópera la dimensión informal de la cultura en una comunidad específica, podemos adquirir con mayor facilidad las claves para adaptarse a sus modelos culturales de uso, sin terminar frustrado (Herrera, 2014, p.50).

En estas dos dimensiones de la cultura lo común es su carácter habitual. En este caso, lo habitual no significa mecánico. Cuando se trata de los comportamientos culturales, nada hay de mecánico, automático o inconsciente, actuamos a partir de pautas incorporadas y reflexivas, por las que hacemos cosas, tomamos decisiones actuamos, en función de las reglas, eventos y circunstancias presentes en el momento y el lugar que suceden. Cuando la situación es extraordinaria, nuestros comportamientos culturales se vuelven erráticos, en tanto no se aprendan e incorporen las nuevas pautas para enfrentar esas situaciones. Esto ayuda explicar la dimensión técnica de la cultura. Cuando un comportamiento cultural se le saca de su burbuja de reflexividad, se convierte en un contenido técnico.

Un manual para manejar un carro, o para usar una computadora son ejemplos claros de la cultura técnica. Mientras las instrucciones contenidas en esos manuales se leen, comprenden y ponen en práctica, nuestros movimientos son lentos, erráticos y hasta desesperantes:



La cultura técnica se refiere a esos comportamientos que practicamos de forma consciente, que después, si nos son funcionales, los incorporamos ya en una dimensión formal (generalmente) ya en una dimensión informal. En definitiva, esta dimensión parece que sólo puede aprenderse de forma, no sólo intencional, sino de manera institucionalizada (Herrera, 2014, p.50).

La propuesta de Hall tiene la virtud de su dinamismo, o mejor dicho, del carácter dinámico que poseen las culturas. Si

en el sentido común la “cultura” de una persona tiene carta de naturalidad e inmovilidad, la propuesta del autor ofrece un conjunto de rutas que nos hacen aceptar que tales “miradas” tienen muy poco de objetivas, ya que la cultura no solo cambia en el tiempo, sino también con el tiempo y con el territorio. Es más, no solo cambia en razón de las interacciones humanas, sino con las interacciones humanas. Ahora bien, no todos los cambios se perciben de inmediato, especialmente aquellos que están asociados a las dimensiones formales e informales. Sin embargo, “si queremos operar cambios intencionales en la cultura o en el modelo cultural de uso... lo que queda, para hacerlo de manera efectiva, es usar la dimensión técnica” (Herrera, 2014, p.50).

Esto significa que los comportamientos culturales con mayor liga en lo formal de la cultura, cuestan más trabajo cambiar, a menos que se introduzcan cambios técnicos en esos comportamientos. El costo de esos cambios puede medirse en términos económicos como simbólicos, y en muchos casos, ambos aspectos se combinan en una estrategia de cambio cultural que se opera desde lo técnico. Como dice Herrera (2014):



Este es el aspecto del que la reingeniería de las organizaciones se ocupan principalmente, ya que de lo que se trata es de modificar los usos y costumbres a partir de hacerlos explícitos y por tanto volverlos un asunto técnico. Pero si en las organizaciones la reingeniería resulta un poco más fácil aplicar, cuando pensamos en la sociedad entera el asunto resulta bastante complicado, ya que los cambios técnicos en los usos y costumbres implican re-significaciones y re-construcciones en los códigos sociales en pequeños y aparentemente inocentes aspectos de aquellos (Herrera, 2014, p.50-51).

La cultura, según Hall, es además un proveedor permanente de comunicación y significados. Los mensajes primarios que actúan en cada uno de los comportamientos que se observan en los modelos culturales, se destacan más por la lectura que uno hace de ellos que por su fuerza o intensidad. En otras palabras, hay algo que podemos denominar como cultura mexicana, que

## **INTERCULTURALIDAD...**

sin embargo, se compone por muchos y muy variados modelos culturales de uso (Herrera, 2014, p.); la cultura mexicana provee una especie de cimientos genéricos, distribuidos y codificados al-rededor de los cuales emergen y consolidan los modelos culturales de uso, es decir, de aquellos que vivimos cotidianamente. Este aspecto es muy importante subrayarlo, porque nos permite comprender porqué por ejemplo, los Otakus mexicanos, se diferencian de los japoneses o coreanos, aun cuando las pautas de comportamiento provienen de aquellos modelos culturales.

Así, la cultura entendida como proceso de significación, implica dotar de sentido a los discursos y prácticas cotidianas de las personas, sentido y significación que a veces entran en conflicto con otros sentidos y significados que se han naturalizado y actúan como hegemónicos. En cualquier caso, la cultura identifica, es decir, provee identidad a las personas. Lo que sucede después son procesos de inclusión y exclusión en los que las reglas y las pautas para que se ejecuten, están también formalizadas o informalizadas, en la estructura social. Por estas reglas es posible tolerar a grupos de rock dark que se jactan de su carácter diabólico, y no tolerar a los chamanes o brujos de los pueblos indígenas.

### **1.2 DIVERSIDAD CULTURAL**

Según lo dicho, se puede encontrar una cultura genérica desde la cual emergen y consolidan una gran cantidad de modelos culturales. Cada modelo cultural se caracteriza por las descripciones posibles, las narrativas que pueden encontrarse en el conjunto de prácticas de los mapas culturales. Desde esta perspectiva, la diversidad cultural no depende de un solo rasgo –racial, genético o ideológico– sino de los comportamientos culturales subyacentes a todos los mensajes primarios que se cruzan en el mapa específico del modelo cultural.

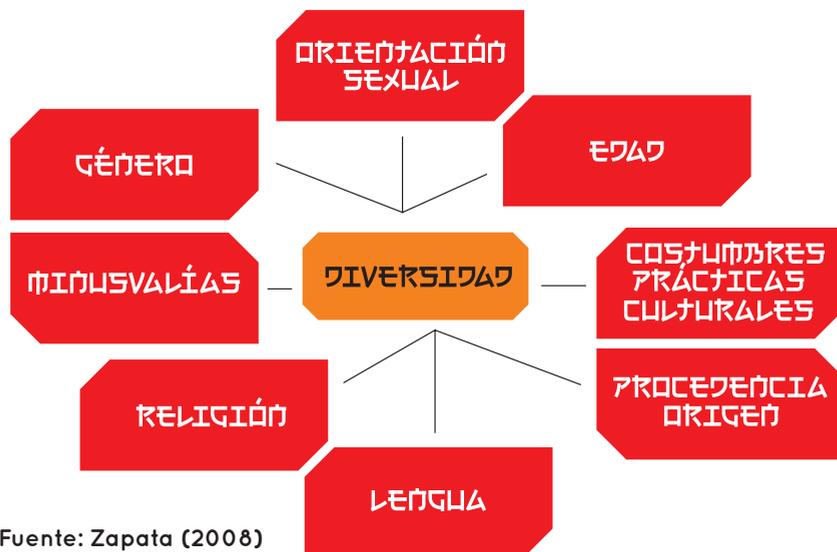
Lo que solemos indicar como el rasgo que “hace la diferencia” en cada modelo cultural de uso, es solo el eje por el que se construyen los significados, las subjetividades y objetividades de los entramados culturales. El sexo, la enfermedad, los “gustos”, o los disgustos, solo son los ejes que construyen y dan sentido al modelo

cultural, pero en su interior, todos los mensajes primarios adquieren rasgos particulares en función de ese eje. Para Zapata (2008):

La diversidad no tiene una forma de expresión universal, sino que se activa o se hace visible según el contexto originario homogéneo donde se ubica y según cómo reacciona este contexto tradicional a las nuevas dinámicas y formas de expresión de la diversidad. En este sentido, la definición de la diversidad depende del contexto [...] En este sentido la determinación de los criterios de la diversidad depende mucho del contexto, aunque hay siempre una repetición de categorías que interesa destacar. Estas categorías son las que hacen visible la diversidad; son las que conectan la diversidad con la diferencia que implica, puesto que son categorías directamente vinculadas con la identidad de la persona, y son las que hacen diferentes a otras personas (Zapata, 2008, p.98-99).

Para explicar de manera más clara como la diversidad cultural puede ser vista desde varios ámbitos el Gráfico 1 muestra cómo se pueden ver las diferentes aristas que señalan la existencia de diversidad cultural en contextos diversos.

Gráfico 1: Categorías principales de la diversidad



Fuente: Zapata (2008)

Por otra parte, Kaluf (2005) menciona que la diversidad cultural:



Se refiere a la totalidad de comunidades culturales existentes en el mundo, tomadas estas últimas como reagrupamientos que poseen identidad y personalidad propias según los elementos particulares que las definen (idioma, religión, etnia, historia, etc.). Esto implica una diversidad de manifestaciones culturales, puesto que la vitalidad de las comunidades culturales se hace evidente a través de su expresión cultural (Kaluf, 2005, p.23).

Diversidad implica diferencia, y los factores que proceden de la diferencia y así mismo de la diversidad serían la edad, la clase social, la religión, los pensamientos, las creencias, que se construyen y que hacen ser diferente a cada sujeto.

Cabe mencionar que, al paso del tiempo en el mundo se ha visto complicada la presentación de oportunidades hacia el sujeto considerado dentro de la diversidad cultural. Desde la perspectiva de clases sociales siempre ha influido el señalamiento de diferencias, a fin de concretar su no-reconocimiento, ni la posibilidad de ser admiradas, y sí sino para discriminar, excluir, etcétera. La diferenciación se ha convertido en una serie de obstáculos, que perduran en nuestra sociedad, ya que cuesta admitir que el otro, por ser diferente tenga los mismos derechos y obligaciones.

Tolerar no es lo mismo que aceptar o reconocer, es más el principio para entender este camino de la diversidad y unificación de culturas. Es pensar hasta dónde se pone en marcha en una sociedad la posibilidad de que coexistan maneras diversas de pensar y vivir, y con ello también se involucren otros aspectos económicos y de poder. En este proceso el sujeto camina en su historia, donde sí se detiene a racionalizar los momentos considerados, despertaría los silencios que han ocasionado el bullicio del autoritarismo por unificar culturalmente la sociedad. "Los poderes autoritarios tiene la voluntad de unificar culturalmente la sociedad para imponer un control absoluto a unos individuos y grupos cuyos intereses, opinio-

nes y creencias son siempre diversos” (Touraine, 1997, p.166).

En este panorama de unificación o esparcimiento de la cultura, hay una democracia y una libertad cultural. Es el proceso de construcción del sujeto mismo para incidir en una sociedad que ahora le exige otra convicción acerca de la convivencia, emancipación y la alteridad, buscando y esperando una recomposición del mundo. La idea que propone Touraine es que reconocer una sociedad multicultural aún no fortalece a la sociedad en la que vivimos, ya lo explicita en los inmigrantes y sus problemas que tienen al establecerse en un espacio diferente al de su origen, y cómo entra en juego su presencia en espacios institucionalizados.

Cuanto más se concibe la sociedad multicultural como un encuentro de culturas y comunidades, más posibilidades han de provocar enfrentamientos peligrosos en torno de la inmigración. Al contrario, cuanto más se procura reunir culturas diferentes en la experiencia vivida y el proyecto de vida de los individuos, más grandes son las posibilidades de éxito (Touraine, 1997, p.198).

La diferencia de una sociedad multicultural a la esperada, está en la participación, interés, escuchar, dialogar con los otros individuos y no en imponer o castigar. Por lo tanto, “esta diversidad que nos penetra, inunda y eleva debe ser considerada como fuente de riqueza y entendimiento, a partir de la acción comunicativa con el otro y la otra” (Vila, 2005, p.19).

El verdadero conflicto es reconocer que aquella expresión de la diversidad se encuentra acompañada por otras y que esta puede ser o llegar a ser parte de la propia cultura.



El problema de muchos de los conflictos no se encuentra en la adquisición de una nueva cultura sino en la aceptación de que hace falta un proceso de deconstrucción de todas las dinámicas de la diversidad para poder convivir en un entorno donde se reconoce que ninguna expresión de la diversidad está sola, y donde la diversidad adquiere ella misma el estatuto de cultura (Zapata, 2008, p.104).

### **1.3 ¿QUÉ ES LA INTERCULTURALIDAD Y CÓMO SE CONFIGURA EN LA SOCIEDAD?**

Touraine señala la idea de vivir juntos, sin embargo, esta parece una utopía en un mundo culturalmente diverso. Pese a ello, es interesante la conceptualización que hace el autor a la sociedad multicultural, a partir de argumentar varios temas relacionados con la diversidad. “No hay dis-continuidad entre la idea de Sujeto y la de sociedad multicultural, y más precisamente de comunicación intercultural, porque sólo podemos vivir juntos con nuestras diferencias si nos reconocemos mutuamente como Sujetos” (Touraine, 1997, p.106).

Pues es solo de esta forma como se podría pensar que se lleve a cabo la interculturalidad entre culturas dentro de un mundo con una gran diversidad cultural que emerge y se hace presente constantemente en cada espacio donde el sujeto se desenvuelve. De esta manera se puede decir que:



La interculturalidad significa un proceso dinámico que apunta a la instauración de relaciones democráticas, a la apertura total y a la igualdad de condiciones entre los actores de una sociedad. Una condición para acercarnos a ese ideal es la descentralización de los poderes y la igualdad de oportunidades para los diferentes grupos sociales. En otros términos, se hace necesario construir un proyecto social participativo que genere relaciones sociales basadas en la convivencia social y la equidad económica, lo cual implica el cumplimiento efectivo de los derechos humanos y políticos consignados en la legislación nacional e internacional. (Godenzzi, S/f, p.2).

Mientras que en ella la comunicación entre las personas que pertenecen a diferentes culturas sea posible “porque ni las culturas son tan fijas que no evolucionen, ni los miembros que pertenecen a ellas son incapaces de reinventarlas y recrearlas en función de dar respuestas satisfactorias para resolver sus propias vidas (Sáez, 2006, p.869).

La comunicación entre culturas puede llevar a los sujetos a tener diferentes prácticas comunicativas con otras culturas en la cotidianidad de la vida por medio de:



Las prácticas lingüístico-culturales en la realidad cotidiana son dinámicas, cambiantes y abiertas a la diversidad...Resulta útil distinguir, en lo que se refiere a los cambios lingüísticos producidos por contacto, dos tipos de situaciones: la de mantenimiento y la de sustitución. En la primera, se permanece en el seno de una tradición lingüística y cultural y, desde ahí, los usuarios se hacen una serie de préstamos de las otras lenguas o culturas. En la segunda situación, los usuarios de una lengua y tradición cultural adoptan una nueva lengua y cultura, imprimiendo en éstas rasgos y hábitos derivados de su lengua y cultura originaria. Esta distinción establece un principio de orden al multiforme mundo de los contactos interlingües: los préstamos, primariamente léxicos, aparecen en una situación de mantenimiento lingüístico, en tanto que fenómenos como el de las interferencias fonológicas o gramaticales surgen en una situación de sustitución de lenguas (Godenzzi, S/f, p.3-4).

La interculturalidad tiene que ver con las relaciones sociales del individuo por lo que encierra muchos significados, con los que se entreteje la identidad.



En las relaciones de los diversos actores sociales, encierran más significados que nos llevan a reflexionar necesariamente sobre: la diversidad pluricultural, la identidad, la autoestima, la tolerancia y el reconocimiento del otro. De este modo la interculturalidad no solo concierne a la educación sino es un enfoque que es transversal a todas las actividades donde interactúan los pueblos y sus culturas (Meentzen & Agurto, 2005, p.36).

A partir de que la interculturalidad ha sido abordada de manera muy consistente por la educación y que ésta tiene un peso muy fuerte dentro del proceso de formación para un aprender a vivir juntos dentro de la diversidad cultural que hoy en día se presenta esta no se remite netamente solo a las instituciones como las escuelas sino también a todas las estructuras que convergen hacia la identidad del sujeto.

### **1.3.1 IMPLICACIONES DEL ENFOQUE INTERCULTURAL DE LAS RELACIONES SOCIALES**

La interculturalidad implica la existencia de relaciones asimétricas entre los diversos grupos y poblaciones, en todos los do-

minios: económico, social, político, lingüístico y cultural. Esto genera una situación de conflicto cuyos efectos son la intolerancia, la marginación, la discriminación social, la dominación ideológica, la usurpación de derechos (lengua, tierras, educación, servicios) y la desigualdad económica, susceptibles de expresarse, por ejemplo, en las relaciones de mercado (Godenzzi, S/f, p.2-3).

Debido a que a partir de estas relaciones asimétricas se genera y permea más las diferencias entre la diversidad cultural que puede existir entre varios grupos o personas; por eso es importante que aunque la intercultural suene como una utopía en el mundo actual hay posibilidades de que estas diversidades aprendan a vivir juntos con los demás al entender que:



Aprender a convivir con los demás es un proceso complejo en el sentido intercultural. No es trabajo de un día entender que el otro tenga la razón o quizá tienda a equivocarse, y en lugar abrir un diálogo, porque se cae en el uso del poder, del autoritarismo. Es difícil aceptar que somos diversos, creemos que el otro al entablar la comunicación debe entender la otra postura. Cuando se habla de diferencias de género, cognoscitivas, de creencias, de clases sociales, de grupos étnicos, de las otras diferencias que no son visibilizadas, aquellas personas que tienen una capacidad diferente, o aquellos que tienen alguna enfermedad como el sida, a veces se prefiere dejar en una nota roja, o simplemente, se suprime no se trata de profundizar sino sólo de juzgar. "Las diversas manifestaciones de las relaciones de dominación y poder de unos colectivos sobre otros son tan primitivas como nuestra memoria colectiva" (Touraine, 1997, p.32).

El aceptar la desigualdad como algo natural está interiorizado en nuestra sociedad. Que se crea que el hombre tiene más valor que la mujer, que una persona por su apariencia física sea aceptada con agrado y otros no, es decir que se creen estereotipos de belleza, que el rico tenga el poder de humillar al pobre, es una aberración sin embargo sucede continuamente. Y todas esas concepciones han sido construcciones de una sociedad que le ha atribuido un significado que hoy en día

se pretende corregir. Esta temática de la discriminación y los conflictos que se suscitan por marcar una diferencia también ha provocado estas desigualdades. Es entonces que proponer una convivencia sin tener en mente que la diferencia no es señalar ni imponer una homogenización en la cultura, se trata de un cambio de actitudes y percepción, que se tiene de la diferencia, que como personas, ciudadanos tenemos los mismos derechos y obligaciones.

El tratar de vivir juntos en armonía es complejo, porque se involucran aspectos políticos, sociales, culturales, que resultan contradictorios cuando se reflexiona sobre las que menciona Touraine, que a veces sin saberlos creemos estar en lo correcto, pero que nos va dando los datos que hasta hoy en día han analizado sobre el trato que se le ha dado a la diversidad cultural, y los momentos, que son parte de nuestra historia, y que podemos mirar hacia atrás para poder pensar sobre esta necesidad de construir un Sujeto intercultural. Hablar de interculturalidad quizá no sea nuevamente la respuesta adecuada, o con ésta se pueda llegar a lo buscado durante tantos años, y que, en cada época ha marcado en la sociedad estilos de vida y maneras de pensar hacia el otro y cómo vivir o actuar ante ello. “La comunicación intercultural exige la descomunitarización, la interiorización de las creencias y las convicciones y por lo tanto la separación del espacio social y el espacio cultural, que es la definición de la secularización y el laicismo” (Touraine, 1997, p.200).

### **1.4 FORMACIÓN IDENTITARIA DE LOS INDIVIDUOS SOCIALES**

De la cultura se derivan las identidades que son propias de cada ser humano en su entorno socio-cultural. Para la educación es un gran reto trabajar con iden-

**Para la educación es un gran reto trabajar con identidades diversas.**

**Cada individuo construye su concepción del mundo, su credo, su forma de ser, de pensar inherentes a su identidad**

tidades diversas. Cada individuo construye su concepción del mundo, su credo, su forma de ser, de pensar inherentes a su identidad. La identidad entendida como:

El proceso del cual cada persona se construye en la cultura o las culturas de las que hace parte, cómo se identifica en ellas o hacia ellas, cómo las significa, optando por elementos determinados y cargándolos de emotividad y sentido (Kaluf, 2005, p.20).

Dentro de un proceso actual donde:



El proceso de globalización ha generado, por un lado, nuevas identidades como resultado de la apertura de fronteras y por otro, la reivindicación de lo propio, por parte de ciertos grupos que se resisten a abandonar su cultura. Los Estados-nación enfrentan un gran desafío: la búsqueda de mecanismos a través de los cuales puedan convivir con esquemas simbólico-culturales diferentes y hasta contradictorios (Mercado & Hernández, 2010, p.230).

Se debe tener presente que esta apertura o reivindicación a partir de la globalización nos lleva a pensar que la cuestión de la identidad puede tener un proceso de construcción en el cual tiene que ver el contexto en el que se conforma, pues:

En esta cuestión coinciden Manuel Castells, Gilberto Giménez y Andrés Piqueras, al considerar que la identidad colectiva es, ante todo, una construcción subjetiva, resultado de las interacciones cotidianas, a través de las cuales los sujetos delimitan lo propio frente a lo ajeno (Mercado & Hernández, 2010, p.230-231).

Puesto que la identidad desde el sentido más sencillo e individual tiene que ver con cuestiones del propio sujeto esto nos lleva a pensar que “la identidad, como “un sentimiento de mismidad y continuidad que experimenta un individuo en cuanto tal” (Erickson, 1977, p.586); lo que se traduce en la percepción que tiene el individuo de sí mismo y que surge cuando se pregunta ¿quién soy? (Mercado & Hernández, 2010, p.231).

Esto debido a que:



La identidad supone un ejercicio de autorreflexión, a través del cual el individuo pondera sus capacidades y potencialidades, tiene conciencia de lo que es como persona; sin embargo, como el individuo no está solo, sino que convive con otros, el autoconocimiento implica reconocerse como miembro de un grupo; lo cual, a su vez, le permite diferenciarse de los miembros de otros grupos. Por ello, el concepto de identidad aparece relacionado con el individuo, siendo las perspectivas filosófica y psicológica las que predominan en los primeros trabajos sobre identidad social (Mercado & Hernández, 2010, p.231).

Esto debido a que la conformación de la identidad tiene que ver con el reconocimiento y la pertenencia del individuo hacia un grupo por lo que esta identidad que se crea se vuelve parte de un colectivo social compartido al crear una red de significados y afecciones dentro de la misma. Es así como Asael Mercado y Alejandrina Hernández (2010); hacen referencia a lo que Chihu (2002) dice sobre:



La identidad social, concibiéndola como el vínculo psicológico que permite la unión de la persona con su grupo; considera que para lograr ese vínculo, la persona debe reunir tres características:

- Percibir que pertenece al grupo.
- Ser consciente de que por pertenecer a ese grupo, se le asigna un calificativo positivo o negativo.

Sentir cierto afecto derivado de la conciencia de pertenecer a un grupo (Mercado & Hernández, 2010, p.232).

Ya que a partir de este sentido y significado de pertenencia del individuo se puede lograr llegar a concebir una identidad social y en algunas ocasiones extrapolarla hacia una identidad individual del sujeto.



Para Henry Tajfel la pertenencia al grupo es el ingrediente esencial de la identidad social, porque al mismo tiempo que se siente parte de un grupo, el individuo se diferencia de los miembros de otros grupos a los que no pertenece; por ello se dice que la fuente de identificación del individuo es el propio grupo, pero los otros juegan también un papel importante, ya que cuando experimenta que es diferente a los otros se reafirma la pertenencia al grupo (Mercado & Hernández, 2010, p.232).

Es aquí donde nos damos cuenta que para que exista una identidad forzosamente se debe de ver al otro, pues solo sabiendo que el otro es “diferente” a uno, es como el individuo puede a su vez darse cuenta de su propia pertenencia, pues existe una constante comparación del sujeto entre lo que es él y lo que es el yo, que reafirma la pertenencia hacia un grupo que provee de características a la identidad que asume e individuo.

Como se ha mencionado también Mercado y Hernández (2010); hacen referencia a esta dicotomía existente dentro de la construcción de la identidad. Por ello se dice que la identidad social es producto del binomio pertenencia-comparación que implica dos distinciones, aquella en la cual el grupo se autodefine a partir de las características que los hacen comunes y la que resulta de sus diferencias con los otros:



La primera distinción es realizada por los propios actores que forman el grupo y que se vuelven conscientes de la característica en común que poseen y los define como miembros de ese grupo; y la segunda distinción es la identidad de un grupo social desde fuera; es decir, la identidad de ese grupo es sostenida únicamente por quien la enuncia y consiste en la identificación de una característica en común que comparten los actores que forman ese grupo (Chihu, 2002, p.8).

Es importante resaltar que como se ha venido mencionado entre líneas es imprescindible que para adquirir esa identidad individual y social, los individuos deben adquirir un rol dentro del grupo y la interiorización de los significados, reglas y entramados que son propios del grupo. Con ello hablaríamos de diferentes niveles de cómo se concibe la identidad.



La pertenencia social consiste en la inclusión de los individuos en un grupo, la cual puede ser “mediante la asunción de algún rol dentro de la colectividad o mediante la apropiación e interiorización, al menos parcial del complejo simbólico-cultural que funge como emblema de la colectividad en cuestión” (Giménez, 2000, p.52). Esto implica que hay dos niveles de identidad, el que tiene que ver con la mera adscripción o membresía de grupo y el que supone conocer y compartir los contenidos socialmente acepta-

dos por el grupo; es decir, estar conscientes de los rasgos que los hacen comunes y forman el “nosotros” (Mercado & Hernández, 2010, p.233-234).

Para llegar al nivel profundo, por llamarlo de alguna manera, el sujeto tiene que hacerse consiente de todos los rasgos y características culturales que engloban su pertenencia a ciertos grupos. Para Henry Tajfel (citado en Asael Mercado y Alejandrina Hernández, 2010) la identidad social se integra a partir de que existen tres componentes.

cognitivos, evaluativos y afectivos. Los cognitivos son los conocimientos que tienen los sujetos sobre el grupo al que se adscriben, los evaluativos se refieren a los juicios que los individuos emiten sobre el grupo, y los afectivos tienen que ver con los sentimientos que les provoca pertenecer a determinado grupo (Mercado & Hernández, 2010, p.234).

Está claro que la identidad se genera a través de un proceso social donde los inmersos dentro del mismo grupo logran definirse a sí mismo al sentirse perteneciente a un grupo en específico; sin embargo cabe destacar que para definir el nivel de profundidad que se encuentra en esta identidad de pertenencia al grupo tendrá que ver mucho cómo fue su integración al mismo.



Hasta aquí podemos decir que la identidad social se genera a través de un proceso social en el cual el individuo se define a sí mismo, a través de su inclusión en una categoría –lo que implica al mismo tiempo su exclusión de otras–, y dependiendo de la forma en que se incluya al grupo, la identidad es adscriptiva o por conciencia. Además, como el individuo no está solo, su pertenencia al grupo va más allá de lo que piensa acerca de sí mismo, requiere del reconocimiento de los otros individuos con los que se relaciona; por ello se dice que la identidad “emerge y se reafirma en la medida en que se confronta con otras identidades, en el proceso de interacción social” (Giménez, 1996, p.11).

De esa manera se puede presenciar que ante la sociedad una identidad es reconocida como tal hasta en el momento

en que esta logra ser reconocida del sujeto tanto por los integrantes del grupo como por las personas externas a él a partir de ver cómo esta identidad se refuerza con el reconocimiento otorgado al individuo por las características que lo hacen perteneciente al mismo grupo.

Por otro lado desde perspectivas sociológicas y antropológicas se puede notar la visión que se tiene sobre el concepto de identidad y como es definida puesto que esta no es alejada a la idea de la identidad social que se ha venido abordando sino que por el contrario ayuda a reforzar esta idea de la construcción de la identidad del individuo ante la sociedad.



Las perspectivas sociológica y antropológica sobre la identidad centran su atención en el punto de vista de los actores sociales sobre sí mismos; de ahí que conciben a la identidad como una construcción subjetiva, determinada por el contexto social; por ello consideran que los mecanismos a través de los cuales se construye la identidad no son siempre los mismos (Mercado & Hernández, 2010, p.235).

Con ello se da a entender que muchos son los procesos de construcción de la identidad del sujeto y que estos dependerán en muchos casos del contexto en el que sea analizado pues este influirá mucho en la construcción de la misma e incluso en el proceso que se lleve a cabo para la pertenencia a una identidad, con ello se pretende aclarar que el sujeto puede tener muchas identidades pues éste puede pertenecer a varios grupos a la vez con diferente nivel de profundidad de pertenencia identitaria. Según: Cruz, 1998; Giménez, 1996; Arteaga, 2000 en el artículo de procesos de construcción de la identidad colectiva:



Mientras en la sociedad tradicional, caracterizada por la homogeneidad social, es posible que los sujetos internalicen la estructura de significados presupuestos y compartidos colectivamente, y que dan sentido a las interacciones de la vida cotidiana, bajo un solo referente como la religión; en las sociedades modernas esto cambia, debido a que los sujetos pertenecen a una diversidad de grupos, son miembros de una familia, de un grupo escolar, de un club, de un grupo religioso, de un partido político. Esta pluralidad

de pertenencias sociales complica la construcción de la identidad colectiva, no sólo por la creciente complejidad de las relaciones sociales, sino que los sujetos tienen frente a sí un abanico de repertorios culturales; algunos de los cuales coinciden, otros se contradicen. Los agentes a través de los cuales se transmiten esos repertorios son también múltiples, por lo que el proceso de internalización se complica aún más (Mercado & Hernández, 2010, p.235).

Por ello, el sujeto puede adquirir múltiples identidades al pertenecer a los diferentes grupos sociales, en los que se mantiene y se pueden lograr en algunas ocasiones; puesto que por ello:

A lo largo de su vida los individuos van aprendiendo el bagaje cultural que requieren para vivir en sociedad, que incluye roles, actitudes, comportamientos proporcionados por los diferentes agentes de socialización, teniendo en los primeros años de vida a la familia –aunque hoy sea en forma parcial–, como el primer grupo de referencia; posteriormente van apareciendo otros agentes –que actualmente han cobrado mayor importancia que la propia familia– como son la escuela, los medios de comunicación, en particular la televisión, los grupos de amigos, la religión, los clubes deportivos, etcétera. Así, a través de todos estos agentes, los individuos van adquiriendo un cúmulo de conocimientos necesarios para convivir con los integrantes de su grupo y con los otros (Mercado & Hernández, 2010, p.235).

Cabe mencionar que, para que exista una construcción de identidad es forzoso que un proceso de socialización con los demás sujetos, pues a partir de ella es como se conoce al otro y pertenecer a un grupo social.

### **1.5 FAMILIA Y AMIGOS EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES**

Dentro de los puntos más importantes a resaltar en la construcción de la identidad del individuo tiene que ver dos estructuras sociales muy importantes dentro de la vida del sujeto en proceso de identificación y construcción pues es en estas con las que comparte la mayor parte de su tiempo, las cuales se

vuelven parte esencial para la creación de los criterios culturales que el mismo puede tomar o resignificar durante su exposición con los diferentes elementos o mensajes culturales con los que convive junto con estas estructuras en su vida cotidiana.

Pues está claro que desde el momento en que el individuo nace se vuelve perteneciente cierto bagaje cultural de pertenencia el cual se le es enseñado pues a partir del aprendizaje cognoscitivo que se adquiere en diferentes etapas de la vida como individuo este construye su identidad social.



Es necesario referir a Berger y Luckman, miembros de la escuela de la fenomenología, quienes plantean que el proceso de socialización no sólo comprende el aprendizaje cognoscitivo, sino también el consentimiento de los sujetos. Por ello, dependiendo de la etapa de vida de los individuos, la aceptación del bagaje cultural se lleva a cabo de manera diferente. Durante la niñez y los primeros años de la adolescencia, la socialización se realiza por lo general al interior de grupos afectivos, culturalmente homogéneos, como la familia, la iglesia, los amigos (Mercado & Hernández, 2010, p.236).

A partir de lo que mencionan estos autores se puede vislumbrar el hecho de que una de las etapas de aprendizaje más significativas dentro de la construcción de la identidad tiende a ser la de la etapa primaria pues en ella se llevan procesos significativos llenos de emotividad en la que es más fácil que ocurra una internalización por parte del niño.



La socialización primaria comporta algo más que un aprendizaje puramente cognoscitivo. Se efectúa en condiciones de enorme carga emocional. Existen, ciertamente, buenos motivos para creer que sin esa adhesión emocional a otros significantes, el proceso de aprendizaje sería difícil, cuando no imposible. El niño se identifica con los otros significantes en una variedad de formas emocionales; pero sean éstas cuales fueren, la internalización se produce sólo cuando se produce la identificación. El niño acepta los roles y actitudes de los otros significantes, o sea, los internaliza y se apropia de ellos. Y por esta identificación con los otros significantes, el niño se vuelve capaz de identificarse él mismo, de adquirir una identidad subjetivamente coherente y plausible (Berger, 2001, p.167).

Por ello esta es la etapa en la que se cree que puede llegar a haber mejor internalización de las características de identidad hacia el sujeto como perteneciente a un grupo; sin embargo esta puede llegar a cambiar con el paso del tiempo cuando el sujeto entra en la etapa de la juventud donde la pertenencia a un grupo es cambiante y no se puede en muchas ocasiones consolidar una socialización de sentido de pertenencia hacia una identidad social.

Los jóvenes, en razón de las necesidades e intereses propios de su edad, empiezan a integrarse a una variedad de grupos, la socialización implica el aprendizaje de formas culturales y sociales heterogéneas, y además la aceptación de éstas más que emocional es racional. Los sujetos pueden cambiar de un grupo a otro sin tanta dificultad, por ejemplo, de un partido político a otro, de un club deportivo a otro o de una escuela a otra, porque se trata de elegir aquello que les conviene; pero no ocurre lo mismo cuando hablamos de cambiar actitudes o comportamientos que se aprendieron en el seno familiar.

De esta manera podemos decir que la identidad del sujeto se complementa con la pertenencia a otros grupos a los que se integra en la etapa de adolescencia pues es en ella cuando se encuentra en un nivel de secundaria en el que se vuelve parte de nuevos sectores sociales que tiene que ver con roles adquiridos en determinado espacio.



La socialización secundaria es un proceso posterior, que induce al individuo socializado a nuevos sectores del mundo objetivo de su sociedad, es la internalización de submundos institucionalizados. Esta socialización lleva a cabo la adquisición del conocimiento específico de “roles”, los que están directa o indirectamente arraigados a la división del trabajo (Berger, 2001, p.175).

**La construcción de la identidad queda claramente relacionada con los procesos de socialización que se viven en etapas como la primaria y secundaria las cuales se encuentran indudablemente dentro del contexto social del individuo**

De esta manera la construcción de la identidad queda claramente relacionada con los procesos de socialización que se viven en etapas como la primaria y secundaria las cuales se encuentran indudablemente dentro del contexto social del individuo.

En este sentido, Habermas (1987) distingue dos fases de integración de la identidad: la simbólica en la que la homogeneidad del grupo hace posible el predominio de la identidad colectiva sobre la individual. Aquí los individuos se encuentran unidos por valores, imágenes, mitos que constituyen el marco normativo del grupo y, por ende, el elemento cohesionador. La segunda fase es la integración comunicativa, que corresponde a las sociedades modernas, en donde la marcada especialización trae consigo una diversidad de espacios sociales y culturales y una ruptura de creencias; la identidad colectiva se presenta en forma cada vez más abstracta y universal, de tal manera que las normas, imágenes y valores ya no pueden ser adquiridas por medio de la tradición, sino por medio de la interacción comunicativa. Por consiguiente, es necesario un papel activo de parte de los individuos, de eso depende que se identifiquen con su grupo. La identidad colectiva hoy sólo es posible en forma reflexiva, de modo tal que esté fundamentada en la conciencia de oportunidades generales e iguales de participación en aquellos procesos de comunicación, en los cuales tiene lugar la formación de identidad en cuanto proceso continuado de aprendizaje (Habermas, 1987, p.77).

Hablar de cultura es también evocar el dinamismo de las identidades, el posmodernismo rompe con el modelo ideal de la sociedad nacional dando así un lugar al multiculturalismo. “La identidad personal es la interiorización de valores, roles, ideas, experiencias, etc. Estas se constituyen a través de la interacción entre individuo y sociedad”. (Tourine, 1997 p.36) “La identidad de un determinado grupo sólo surge en situaciones de contacto e interacción con otros grupos, nunca como una característica propia del grupo” (Dietz, 2003, p.86).

Bajo estas premisas, la identidad colectiva en la sociedad moderna ya no resulta de una imposición, sino de una elección por parte de los sujetos; por eso es indispensable revisar cómo se da el proceso de elección, qué hace que los sujetos se identifiquen más con un grupo que con otro (Mercado & Hernández, 2010, p.237).

Elección a partir de la cual el sujeto logra una identificación con un grupo en el cual existe un grado de pertenencia que da sentido a un conjunto de referencias sociales y culturales por las cuales se definen y logran la construcción de una identidad.

Todos poseemos una identidad cultural que nos configura y nos da sentido, llegando a ser el conjunto de las referencias culturales por las cuales una persona o grupo se define, se manifiesta y desea ser reconocido. Solamente podemos pensar, sentir, analizar, crecer, hacer desde una identidad cultural determinada (Sáez, 2006, p.866).

Habría que tomar en cuenta que para el estudio de un sujeto la subjetividad y la identidad van de la mano al pensarse que uno se compone de esta parte reflexiva del pensamiento del individuo y para lograr y llevar a cabo una cuestión más concreta donde el mismo sujeto lograra un sentido de pertenencia de una identidad.

### **1.5.1 INFLUENCIA DE LA EDUCACIÓN**

Como se ha venido mencionando las estructuras sociales son un punto fuerte dentro de la construcción de la identidad de un sujeto pues aunque parezca ajeno la construcción de la misma tiene que ver con todos los aspectos donde el individuo lleva a cabo esta socialización en la cual se vuelve perteneciente a un grupo; de esta forma se puede decir que una de estas grandes estructuras sociales son las instituciones educativas por las que cada sujeto pasa desde muy temprana edad adquiriendo aquellas reglas o normas que como se mencionaba con anterioridad son establecidas desde las grandes instituciones a través de un consenso cultural de la sociedad en la que el sujeto se encuentra.



La educación –como empresa social– es también una producción: la producción de un tipo humano determinado culturalmente o, si se quiere, la producción de unas competencias, unas disciplinas u unos conocimientos que necesitan ser comunicados e inculcados. Desde el punto de vista de la sociedad, se trata de la producción y acumulación del capital humano distribuido entre individuos, familias, grupos y clases (Brunner, 2003, p.11).

Mirar a la educación como una de las influencias más importantes dentro de la construcción de la identidad del sujeto no es errado puesto que la educación debe dejar de verse como algo que solo pertenece a las escuelas y abrir el panorama y empezar a hablar más que de educación de un aprendizaje; el cual traza una línea en la vida cotidiana del sujeto en todos los campos en los que este se desenvuelve volviéndose imprescindible; pues sin educación no hay aprendizaje y sin aprendizaje no se podría lograr una identificación e interiorización de significados de pertenencia para construir la identidad.

De ahí que se hable de tres tipos de educación existentes en la vida cotidiana del sujeto y con las cuales este aprende cada una de las normas sociales y culturales. Siendo estas la educación formal, no formal e informal.

### **A) EDUCACIÓN FORMAL**

Al hablar de educación formal se entiende que es aquella que se imparte en instituciones que se encuentran dentro del sistema escolar y son oficiales, estas se caracterizan porque están estructuradas a partir de ni-veles, ciclos, grados y modalidades que debe cumplir el educando. Se convierten en diferentes etapas que marcan una estructura y reglas establecidas volviéndolo un sistema visto de manera vertical.

Esta verticalidad que se presenta escalonada establece una diferenciación y especialización progresiva. (Primaria, Secundaria, preparatoria y universidad). Lo que hace que el transito del educando tenga que ser señalado a partir de un sistema de grados, títulos y certificados, que acrediten los logros globales y progresivos que constituyen el requisito de ac-

ceso para el nivel siguiente. De ahí que al ser institucionalizada esta se componga de una administración jerarquizada que se adapta de acuerdo a los lineamientos de cada país.

### B) EDUCACIÓN NO FORMAL



Este tipo de educación no es fácil de definir, quizás porque su mismo nombre presenta todas las apariencias de designar lo opuesto a toda formalización, no dando real cuenta de su sentido ni de su puesto en el conjunto de la educación en tanto sistema social. Es por ello que se han propuesto una serie de denominaciones más significativas, tales como las de “educación paralela”, “no escolar”, o “extraescolar” (esta última parece ganar terreno en nuestros países), para presentarse en otros casos como un parasistema y hasta como un sistema “peri escolar” o “no convencional” de aprendizaje (Nassif, 1981, p.101).

Como se observa en las palabras del autor se encuentran detalles en esta educación a partir de su nombre pues con el mismo al pensarse como lo contrario a la educación formal, muchas personas logran compararla con la educación informal llegando a la conclusión de que solo existen dos modalidades dentro el ámbito de la enseñanza; Sin embargo cabe destacar que estas no son lo mismo y que la educación no formal es la manifestación de modalidades y actitudes educativas diferentes de las implicadas en la educación escolarizada, que ha ido encontrando y clarificando objetivos y elementos que le dan rasgos propios. De esta manera José Rivero Herrera citado en (Marenales, 1996):



La educación no formal [...] es la que generalmente se da fuera del marco de (las instituciones educativas especializadas) para proveer aprendizajes a sub-grupos especiales de la población, aprendizajes que se pueden ofrecer en muchas circunstancias y a través de diferentes instituciones y personas. El marco de referencia de la educación no formal es, prácticamente, toda actividad social, y no sólo escolar. (Marenales, 1996, p.5-6).

En ellas podemos identificar a los cursos que son brindados no solo para niños, o jóvenes; sino, para toda la población a quie-

## **INTERCULTURALIDAD...**

nes invitan sean partícipes y adquieran nuevos conocimientos sobre alguna actividad como ejemplo están los cursos de cocina, manualidades, japonés, origami, manejo, entre otros. Los cuales le brindan un conocimiento al sujeto a partir de un sistema semi-escolarizado impartido por alguna institución; organización social o persona en particular con cierto; que posteriormente a través de un certificado o constancia otorga la acreditación del conocimiento a la persona que ha cursado determinada actividad que en su mayoría tiende a ser en especialidades técnicas.

### **C) EDUCACIÓN INFORMAL**

Por último hablaremos de la educación informal; la cual

**La educación informal;**  
la cual se manifiesta  
en todas las sociedades,  
hayan sido primitivas  
o extremadamente  
civilizadas, y que en  
la actualidad se ha  
posicionado como un  
factor muy importante  
en la construcción de la  
identidad del sujeto a lo  
largo de su vida cotidiana

se manifiesta en todas las sociedades, hayan sido primitivas o extremadamente civilizadas, y que en la actualidad se ha posicionado como un factor muy importante en la construcción de la identidad del sujeto a lo largo de su vida cotidiana.

Desde muy chicos los hijos acompañan a los padres en sus actividades laborales o sociales donde observan los patrones de la cultura informal a partir del modelo que reflejan sus padres y de esta manera estos aprende los patrones de comportamiento del modelo cultural de uso; para ingresar y formar parte de un grupo; esto volviéndose parte de una enseñanza convencional sin estructuración alguna.

En muchas instituciones para adultos siempre se ha admitido que la educación "incidente" era un elemento esencial de su funcionamiento, por ejemplo en las familias y en los grupos compuestos por niños de la misma edad, en los trabajos comunitarios, en las

relaciones entre el maestro y el alumno, en las diferentes clases de juegos, en la prostitución y en otras forma de iniciación sexual, así como en los ritos religiosos (Marenales, 1996, p.6).

Es así como la educación informal se puede desarrollar en todos los espacios en los que se desenvuelve el sujeto; en donde se ofrecen oportunidades de educación al mismo a partir de la práctica libre de actividades y de las relaciones sociales que este mantiene con los demás. Este tipo de educación solo puede ser regulada a partir de normas generales que se encuentran en el modelo cultural de uso en el que se encuentra inmerso el individuo.

El objetivo explícito no es específicamente educativo sino de promoción y estímulo. No existen planes de estudio ni de acreditación directa. (No deja por ello de existir una valoración indirecta de tales “aprendizajes”) (Marenales, 1996, p.8).

Por ello la educación informal tiene que ver en gran medida con el acto formativo a través del educador natural; el cual actúa como agente educador sin necesidad de ser una persona especializada para llevar a cabo este proceso de enseñanza. El educador se transforma en ello a través de acciones de animación, difusión, estímulo y promoción por mencionar algunas a través de las que enseñan contenidos correspondientes al “modelo cultural de uso” que se desarrolla en la sociedad.



Hoy es cada vez más común que observemos o experimentemos prácticas de aprendizaje formal en entornos informales, y al mismo tiempo que usemos en contextos formales medios antes considerados de carácter informal. Por otra parte, la idea de circunscribir la educación a un periodo preestablecido de años no guarda demasiada relación con las demandas del mundo actual. El aprendizaje permanente deja de ser algo que sólo está presente en los grandes discursos y resulta urgente ponerlo en marcha en todos los niveles y a todas las edades (Cobo & Movarec; 2011, p.25).

Es esta educación que deja de ser encasillada o se pretende que se deje de encasillar en un periodo de tiempo establecido ante las instituciones la que también forma parte de la

construcción identitaria y se complementa con los otros tipos de educación para que con ello se logre un aprendizaje permanente del sujeto que ocasione que el individuo logre la consolidación de una o varios significados de pertenencia en la sociedad.



Por último, mientras más valor se asigne al conocimiento a lo largo de la vida, menos probable será que podamos certificar todos nuestros aprendizajes con diplomas u otros documentos oficiales. Aunque ello los haga invisibles para los sistemas formales de educación, no lo son de ninguna manera para la vida profesional y social. No deja de ser curioso que el mundo técnico-profesional requiera de conocimientos, habilidades y destrezas que muchas veces ni siquiera se enseñan dentro de los circuitos formales de la educación. Aquí preguntamos: ¿cómo son adquiridas esas habilidades críticas? Y los resultados nos llevan a conocer que, aunque no se vean (ni se midan, ni se certifiquen), sabemos que esos aprendizajes existen y que son tremendamente valiosos para una “economía de los talentos” (Cobo & Movarec; 2011, p.26).

Hoy en día hay que reconocer que un papel muy importante dentro de la educación muchas veces se ha encontrado en aquella no institucionalizada de manera formal; sino más bien de manera informal donde la familia y los amigos forman parte importante del desarrollo de este aprendizaje a lo largo de la vida cotidiana del individuo.



La formación a lo largo de la vida lleva consigo la erradicación de la idea de que es posible aprender todo de una sola vez y para siempre, así como que sólo se puede adquirir el conocimiento necesario en el microcosmos de las aulas de los centros educativos tradicionales. No debe olvidarse que lo importante para la sociedad es la variedad de conocimientos, aptitudes y actitudes que posean sus ciudadanos con independencia de dónde y cómo las hayan adquirido. El cómo y el dónde son instrumentos y no un fin en sí mismo, en cualquier caso siempre con una perspectiva compleja de calidad máxime si se tiene en cuenta que los objetivos pueden alcanzarse muchas veces mediante procesos y actividades poco o nada planificadas (Suárez, 2005, p.2).

Cabe destacar que el aprendizaje adquirido tiene un gran

potencial al volverse un aprendizaje significativo hacia el sujeto generando espacios de construcción de significados de valor y pertenencia del individuo hacia aquello que se le es presentado y enseñando.



Es fuera de las aulas donde el potencial puede ser más significativo, donde la comprensión de estas dinámicas podría mejorar las iniciativas planeadas en las aulas u otros espacios de la educación formal. Si todo uso de Internet es potencialmente educativo, este proceso de aprendizaje debe ser visible para los estudiantes, los educadores y los responsables políticos (Cobo & Movarec; 2011, p.16).

**El aprendizaje adquirido tiene un gran potencial al volverse un aprendizaje significativo hacia el sujeto generando espacios de construcción de significados de valor y pertenencia del individuo hacia aquello que se le es presentado y enseñando**

Cabe mencionar, que lejos de explicar en que se basan cada una de los distintos tipos de educación que existen, se pretende dejar en claro en qué consiste cada una y de esta manera poder vincularlas con las dimensiones culturales de Hall, con el fin de comprender como se lleva a cabo el aprendizaje de los modelos culturales hegemónicos que se viven en la vida cotidiana de cada sociedad, pero sobre todo de cada individuo.

Ya que como se mencionó anteriormente existen tres dimensiones de la cultura: la formal, informal y técnica; de ahí que cuando se hable de una dimensión formal o técnica se estará abordando a la educación formal y no formal a la dimensión informal como la educación informal; esto como formas de aprendizaje del modelo cultural de uso.

De esta manera la dimensión formal al ser un procesos de enseñanza intencionado no forzosamente institucionalizado (escuelas) se apoya de la dimensión técnica la cual se encarga de la racionalización de los procesos de educación/ aprendi-

## **INTERCULTURALIDAD...**

zaje formal y no formal.

Es así como dentro de estas dimensiones descritas por Hall; la cultura hegemónica te muestra y desmenuza todos los procesos de aprendizajes ya establecidos y convencionalizados como son: las matemáticas, los valores, el lenguaje, protocolos de etiqueta, comportamientos, entre otros.

Mientras que la dimensión informal: es donde entra lo que se viene llamando como la educación informal y dicho de mejor manera el aprendizaje informal el cual no es racionalizado sino aprendido a través de modelos.

Por ello en el transcurso de la investigación la educación formal y no formal se encuentran inmersas en la dimensión formal y técnica y la educación informal en la dimensión informal de la cultura mencionadas por Edward Hall.

### **1.5.2 INFLUENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

La globalización y la rápida evolución de la tecnología nos permiten tener acceso casi ilimitado a cualquier parte del mundo, a los hechos, tradiciones, interacciones y demás que ahí se desarrollen. Herramientas como el internet, la televisión por cable o satelital y la telefonía celular nos permiten intercambiar información con personas de otras latitudes.

Sin embargo, dicho intercambio no queda sólo en datos, pues el mensaje lleva consigo una carga cultural propia del ser y del contexto donde se desarrolla. Por tanto, al intercambiar información intercambiamos cultura y todo aquello que esta última implica. “Una de las consecuencias contemporáneas más notables y significativas dentro del contexto de postmodernidad en este principio de siglo es la circulación indiscriminada de ideas y de componentes culturales en el ambiente social de todas las naciones” (Sá Markham, 2008, p.20).

Como parte de la globalización y la tecnología está unificando las culturas, por contrario, el resurgimiento del choque entre culturas, a veces en lugares o no lugares pero

que tienen también una presencia simbólica en la sociedad. La comunicación se está poniendo en cuestión las nuevas formas de interactuar y al mismo tiempo, las oportunidades para conocer a otras personas sin importar la distancia, categorizada como cibercultura, definida por Lévy como el conjunto de las técnicas, prácticas, actitudes, modos de pensamiento y valores que se encuentran en desarrollo junto con ello el ciberespacio “dispositivo de comunicación interactiva y comunitario, se presenta justamente como uno de los instrumentos privilegiados de la inteligencia colectiva” (Lévy, 2007, p.13).

Cabe destacar que, cuando hablamos de estos fenómenos es necesario aceptar que la tecnología está directamente relacionada con la vida humana e influye en ella con mucha fuerza. En ese sentido, es evidente la necesidad de comprender a la tecnología como un “factor esenciales para comprender a la sociedad y la cultura” (Medina, 200, p.71).

De esta manera es importante precisar que la relación entre la tecnología y la sociedad es algo que no podemos desconocer, ya que, dicha tecnología se encuentra en cada rincón de la vida humana y social; media a las comunicaciones, las relaciones sociales, afectivas, culturales, intelectuales e incluso amorosas (Méndez, 2010, p.2).

Uno de sus argumentos principales de Levy es que las técnicas e innovaciones son imaginadas, fabricadas y reinterpretadas por los hombres y para los hombres. Por eso, cuando uno hace referencia a la tecnología Gabriela Méndez dice que esta “constituye a la humanidad, en conjunción con los sistemas sociales, el lenguaje, las prácticas, normas e instituciones” (Méndez, 2010, p.2).

De ahí que cuando se habla de los medios de comunicación e influencia en la construcción del sujeto este tiene una gran carga principalmente cuando se hace referencia a una identidad colectiva con la que se identifica el individuo en sus interacciones sociales.



# CAPÍTULO 2

## LOS OTAKUS ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

**H**oy día es muy difícil defender la idea de una identidad monolítica, es decir construida en base a un específico grupo de reglas sociales; tampoco se puede decir que existen identidades aisladas, ya que incluso en los grupos sociales más cerrados, siempre encontraremos trazas de comportamientos culturales ajenos a la identidad del mismo.

Las sociedades viven en permanente contacto con la globalización. Los más jóvenes -quienes se encuentran en una etapa considerada crucial para conocerse y reconocerse como parte de la sociedad y parte de cierto grupo social- son los principales receptores de todo aquello que es difundido y distribuido a través de instituciones como los medios de comunicación, la familia, la escuela y las interacciones sociales cotidianas.



Ambos aspectos, la juventud y la circulación de la información, parecen los componentes nucleares de una forma de diferenciación y caracterización social muy recurrente en los últimas décadas, denominada como cultura juvenil “más conocidas en México bajo los términos bandas, identidades juveniles y, el más reciente, tribus urbanas” (Urteaga, 2010, p.5).

La gama de etiquetas, que se han construido en este pro-

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

ceso de diferenciación y caracterización juvenil, es tan amplia que en la práctica todo joven puede ser señalado como perteneciente a un grupo específico, aun cuando él de forma intencional no tenga una participación en el grupo. En este estudio, me refiero a cierta cultura juvenil, que de forma intencional un joven decide practicar y por tanto construir lazos identitarios dentro de los grupos sociales que comparten el mismo modelo cultural: emos, punk, skatos, rockeros y Otakus, refieren a conjuntos de jóvenes, que se reúnen, participan, interaccionan, a partir de un gusto, ideología, o afición más o menos específica.

Ahora bien, sabemos que el concepto de juventud es abierto y dinámico; aunque se tiene un parámetro normativo basado en la edad –mismo que cambia de sociedad en sociedad, y de época a época– hoy día se acepta que la juventud ha pasado de una idea en la que las personas de cierta edad estaban en tránsito hacia la adultez, y por tanto padecían de civilidad, hasta la aceptación de que los jóvenes son actores que incluso están promoviendo nuevas civilizaciones.

Esta polaridad y el retraso en la inserción profesional, la creciente importancia de la institución escolar y la emergencia del ocio pusieron en relieve las divisiones generacionales en la sociedad y sobre todo, la ampliación en la brecha generacional entre jóvenes y adultos (Tipa & Zebadua, 2014 p.51).

Por lo tanto no podemos creer que solo es joven aquel que está dentro del rango de edades establecidas y que pasa a ser adulto a partir de que deja de cumplir con ciertas características que lo incluyen dentro la categoría de joven. Cabe mencionar que:



Los jóvenes son una especie de personajes creados para fantasear en su auto-negación pero que, al mismo tiempo, son también sujetos que hacen suyo la apropiación de sus quehaceres, lenguajes, comunicaciones, como el vínculo con el mundo inmediato. Son ellos por los cuales nadie reposa en tratar sus presencias, tan visibles que desbordan los distintos márgenes a los que comúnmente se encasillan” (Tipa & Zebadua, 2014 p.47).

Así pues, los jóvenes lo son no solo porque cumplen con una serie de características normativas, también porque viven una etapa en la que objetivamente las estructuras sociales, como su propia estructura biosociológica, transitan hacia etapas en la que se conjuga la responsabilidad, un sistema de valores y otro de comportamientos, con una serie de perspectivas hacia el futuro, de presiones en el presente, y por supuesto de construcción de identidades, según los modelos distribuidos de edad adulta.

Si consideramos adulto a todo aquel que 1) tiene trabajo, 2) tiene un lugar propio, un espacio personal e independiente, 3) puede compartirlo y reproducirse y 4) tiene algún tipo de participación en la toma de decisiones sociales, nos encontramos con que la categoría de la juventud está en función de la superación de un repertorio de dependencia concreto (Avello & Muñoz, 2002, p.35).

Entre los procesos más cruciales que se pueden observar en el segmento de los jóvenes, está el de la construcción de la identidad, a partir de las interacciones sociales que se realizan en su contexto, la información que se difunde y los significados que se distribuyen en el entramado social, y los grupos sociales que emergen alrededor de esos dos elementos.

Aquí nos interesa particularmente, los acontecimientos que se producen alrededor de los grupos sociales y de ellos, interesa discutir dos ideas centrales: tribus urbanas y comunidades juveniles, para luego establecer la categoría que mejor explica la presencia de los Otakus.

### 2.1 TRIBUS URBANAS



La juventud en nuestra sociedad está segmentada en grupos con muy distintas posibilidades de desarrollo y acceso a oportunidades educativas, de empleo, culturales y de entretenimiento que llegan a ser, en algunas ocasiones, diametralmente opuestas. Las escuelas, modas, costumbres, barrios, gustos, símbolos y por supuesto su poder adquisitivo los separan del colectivo y a la vez los reúne en pequeños grupos con afinidades comunes (Castillo, 2001, p.5).

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

Por ello, a partir de considerar que con la globalización de los medios y las industrias culturales se hace más evidente la diversidad de identidades culturales en las zonas urbanas, y se distribuye con mayor rapidez las etiquetas para identificar a los nuevos grupos juveniles que nacen en la urbe social.

Las sociedades modernas son policulturales. Centros culturales de naturalezas distintas están en actividad: la (o las) religión, el Estado Nación, la tradición de las humanidades afrontan o conjugan sus morales, sus mitos, sus modelos en el seno de la escuela y fuera de ella (Morín citado en Maffesoli, 2013, p.9).

Es así como se puede decir que el concepto de tribus urbanas nace dentro de los medios de comunicación y son utilizados por estos, para identificar a los nuevos grupos juveniles que iban apareciendo en la sociedad desde hace mucho tiempo.



Esta fragmentación tiene sus orígenes en la década de los cincuenta, después de la segunda guerra mundial, en plena guerra de Vietnam-Estados Unidos y curiosamente, a partir de una famosa película norteamericana, para variar, titulada “Rebelde sin causa”, interpretada por un actor, hoy muy famoso, James Dean, quien en esta película retrata a un joven de esa época con su singular problemática: el desapego e incompreensión de los padres y adultos hacia los jóvenes y la respuesta de estos con un rechazo a la sociedad que no responde a sus necesidades y los valores que ostenta son muy ajenos a las inquietudes propias de su edad (Vega, 2010, p.245).

La película trataba los temas de la sociedad estadounidense de ese entonces, con la que los jóvenes de las zonas urbanas, a la que tenía acceso el cine, se fueron identificando. El surgimiento de las tribus urbanas más antiguas se puede seguir hasta esa época.

Estas agrupaciones son las primeras sociedades en solidarizarse bajo códigos comunes para oponerse a las reglas establecidas por la sociedad, que de alguna manera los tiene sometidos para que actúen conforme a unos intereses que a estos jóvenes les son totalmente ajenos. Con esta forma de ser abren el ca-



mino para el surgimiento y asentamiento de otros grupos que se desarrollarán con un margen mayor de acción y de influencia para impactar a otras sociedades [...]. Es de esta manera cómo nacen, a fines de los años cincuenta y principios de los sesentas, otros grupos que se hicieron muy famosos y conocidos como los hippies y paralelamente, complementándose emergen los primeros grupos de rock & roll, naciendo así las agrupaciones a las que ya se les puede considerar tribus urbanas (Vega, 2010, p.246).

De esta manera, los medios de comunicación son principales distribuidores de significados, al momento de generar una opinión dentro de la sociedad. Ya que todos los días se ve cómo los periódicos, la televisión y la radio buscan explicar complejos fenómenos desde representaciones y contextos, que en algunos casos estratifica la totalidad del mismo ocasionando que estos no puedan ser completamente entendidos y a su vez formando un referente cultural (imaginario) que se vuelve parte de un significante distribuido en la sociedad como es el caso de la denominación de tribus urbanas.

La juventud es una temática que genera un gran interés tanto para la opinión pública, como para los medios de comunicación. Ya que para la misma sociedad siempre ha existido una preocupación de comprender la razón por la que los jóvenes crean identificaciones de pertenencia con cierto grupo, tribu, subcultura, comunidad o movimiento (entendiendo las diferencias que implica cada concepto), y es en este momento donde los medios de comunicación utilizando sus limitadas herramientas teóricas-conceptuales, generan juicios hacia estos grupos emergentes que en su mayoría se encuentran cargados de moralidad a partir de la subjetividad del personal que se encuentra dentro del medio de comunicación social y que con ello lo difunde.

Pero es importante entender que los medios de comunicación han intentado comprender a la juventud. Desde que empezaron a surgir nuevos grupos juveniles emergentes desde hace unas décadas. Por ello mismo, es difícil que los medios

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

de comunicación masivos se desprendan de los análisis descriptivos de los fenómenos sociales, generando investigaciones por parte de teóricos que buscan conocer y entender a fondo el surgimiento y el desarrollo de estos grupos de manera objetiva.

Dicho esto se puede plantear un primer concepto sobre las tribus urbanas con el que se comprenderá de manera más clara las características que atañen a este término para los grupos juveniles emergentes en la actualidad.

El término de “tribus” que remite a la idea de “tribalismo”, este alude a cuestiones primitivas; sin embargo según Maffesoli en el sentido estricto de la palabra esta simboliza:

El reagrupamiento de los miembros de una comunidad específica con el fin de luchar con la adversidad que les rodea. Haciendo referencia a una jungla de asfalto que están muy bien representadas por las megalópolis contemporáneas latinoamericanas (Maffesoli, 2013, p.10)

Es así que cuando se habla de esta gran jungla de asfalto o selva de piedra, como los refiere el autor nos referimos a las ciudades urbanas donde convergen todas las culturas. Las tribus en la modernidad se originan dentro de estos ambientes urbanizados, son determinados grupos sociales que emergen dentro de las grandes urbes, donde lo único importante son ellos mismos, aunque existe la necesidad de socializar, creándose un narcisismo de grupo que se entiende como la continua adulación grupal y la cotidianidad.

Pero el solo hecho de ser un grupo de individuos dentro de una urbanización no los hace definir necesariamente como tribu urbana, por lo que según Carles Feixa nos dice que:

Las tribus urbanas han tenido sobre todo como escenario el centro urbano, se han articulado en torno a locales de ocio durante los fines de semana con los que se han venido colocando cada vez más en los lugares comerciales habituales, estableciendo canales duraderos de interacción con las industrias culturales (Feixa, 1995, p.91).

Por ello con el fin de entender mejor el entorno y como se manejan estos grupos sociales de sujetos; se tiene que desmenuzar y aclarar cómo se ha ido conformando la noción de lo que hoy en día se le llama tribus urbanas y a qué se debe esta denominación que de alguna forma adoptan los mismos grupos.

Castillo (2001) define las tribus urbanas con ciertas características como son:



Constituir un conjunto de reglas específicas, fungir como un lugar para la construcción de una imagen mediante la representación de determinadas actitudes vistas como parte de un juego mediante la cual expresan una identidad contraria hacia lo que ellos consideran la uniformidad de la sociedad que declara la guerra a la sociedad a la que no quiere pertenecer, reafirmandose como parte de un grupo al que se sienten allegados desde un punto de pertenencia y significado existencial en un mundo globalizado (Castillo, 2001, p.1-2).

Las tribus urbanas surgen en México a partir de los años cuarenta, notando su presencia mediante características similares en cuanto a la vestimenta e intereses comunes. Pero fue durante la década de los ochentas, en España, cuando se comenzó a usar el término. Las tribus urbanas daban un aviso de su existencia en las grandes ciudades.

Sin embargo actualmente, no todos las tribus urbanas declaran la guerra contra las reglas hegemónicas de la sociedad a la que pertenece por nacimiento, sino que la pertenencia y significado de nombrarse parte del mismo los lleva a hacerse acreedores de una identidad con la cual se sienten identificados en su vida cotidiana.

### **2.1.1 PERCEPCIONES DE LA SOCIEDAD ANTE LAS TRIBUS URBANAS**

Actualmente la sociedad ésta revolucionada y no sólo de manera tecnológica sino también en su forma de vivir el día a día a través de lo que su entorno social le ofrece y este apropiada. De esta manera el sujeto dentro de la sociedad va creando ciertas convencionalidades con los demás individuos que se en-

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

cuentran dentro de estas, con ayuda de lo que ya hemos mencionado como la globalización y los medios de comunicación masiva que fungen como herramientas indispensables dentro de este proceso para la creación de ciertas percepciones de las representaciones sociales, en la actualidad a través de los discursos que surgen dentro de las mismas un claro ejemplo son las tribus urbanas conformadas por los jóvenes de la ciudad.

El término se comenzó a usar para nombrar a jóvenes agrupados que sentían cierta afinidad por el surgimiento de nuevas tendencias musicales, modas y hábitos de consumo. Por la afinidad que tuvieron y que hasta el momento han tenido respecto a sus gustos, la sociedad los ha recriminado, por su forma de vida, por la indumentaria parecida, por su apariencia y también por su expresión. Puesto que la población conservadora los señaló de pandilleros y muchos miembros de esas tribus eran de un nivel económico no favorecido, aspecto que sólo sirvió para estigmatizarlos más.

Es así como:

La imagen de los jóvenes frente a la sociedad –o sea, su percepción social identitaria sigue apareciendo, en una buena parte de la población, como “negativa”, confusa, incierta o, en el mejor de los casos, de “duda” ante su futuro desarrollo generacional (Castillo, 2002, p.70).

Es por eso que normalmente las personas que más estigmatizan a los jóvenes son aquellos que se encuentran dentro de una brecha generacional más marcada y distinta a la de los integrantes de las tribus urbanas que se han conformado en el siglo XXI; esta imagen es reforzada a través de los medios de comunicación masiva y la constante comparación de la persona adulta entre su época juvenil y la de los jóvenes de ahora.

Una parte de esta imagen está relacionada con lo que llamamos comúnmente “la brecha generacional”, que sostiene como ideas centrales y recurrentes en una parte adulta de la población, frases como: “todo tiempo pasado fue mejor”; “los jóvenes de hoy confunden la libertad con el libertinaje”; “en mi tiempo las cosas

eran distintas”; o bien, “ésas no son horas para que una señorita ande en la calle” (Castillo, 2002, p.70).

Sin embargo, estas imágenes o estigmas que son creados por la sociedad son en gran medida causadas y reforzadas por los medios de comunicación masiva, claro ejemplo es el capítulo del programa de La Rosa de Guadalupe que se transmite por el canal de las estrellas de Televisa, el cual en uno de sus episodios da a conocer solo una de las actividades del ser Otaku mostrándola como una actividad que se realizaba todos los días y que se llevaba a cabo en la vida cotidiana o rutinaria del joven; provocando un impacto en las instituciones quienes a partir de esta empiezan a prestar atención a los mismos:



lo cierto es que dichas “imágenes” o percepciones sociales tienen un impacto mayor de lo que se podría creer, tanto por parte de lo que los gobiernos e instituciones sociales piensan sobre los jóvenes –y que impactan directamente sobre el “tipo” de políticas que diseñan para su atención– hasta las percepciones colectivas reforzadas con los mensajes e imágenes que proyectan los medios masivos de comunicación, que transforman a los jóvenes, en general, en seres de “dudosa identidad” (Castillo, 2002, p.70).

### 2.1.2 TIPOS DE TRIBUS URBANAS

Dentro de la gran gama de tribus urbanas que han sido identificadas por la sociedad y los medios de comunicación masiva a través del tiempo las siguientes son emblemáticas:

**Punketos:** Por lo general mantienen una vestimenta de botas negras industriales, pantalones negros ajustados o ropas rasgadas, cadenas, estoperoles, cabellos parados; utilizando también en algunos casos hacen uso de símbolos y gráficos relacionados a consignas anarquistas o de protesta en su vestimenta. Algunos de los grupos de música que estos jóvenes escuchan son: Ramones, Sex Pistols, Exploited, Dead Kennedys.

**Darketos:** Estos jóvenes gustan de aquellos productos que reflejen o hablen sobre cosas relacionadas al ocultismo como son: la literatura de vampiros, el cine gore. Visten,

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

se pintan uñas, labios y párpados de color negro, algunos utilizan maquillaje blanco en el rostro. Usan botas de piel, ropa con holanes y encajes, guantes de color negro, rojo y morado. Usan perforaciones y tatuajes. La música que estos jóvenes escuchan tiende a ser predominantemente melancólica; les atraen grupos como Bauhaus, The Cure, London After Midnight, Lacrimosa, Christian Death.

**Metaleros:** Usan ropa de cuero y el cabello muy largo; tatuajes de diseños elaborados, playeras negras con símbolos y gráficos de sus grupos o imágenes de calaveras y diablos; escuchan más música en inglés que en español y tratan de mantenerse al tanto de las novedades discográficas del género.

Asisten a conciertos para bailar slam y hacer head-bangin (movimiento que consiste en sacudir de manera violenta la cabeza). La música que escuchan son grupos intensos como Metallica, Sepultura, Halloween, Motorhead, Iron Maiden y Black Sabbath.

**Emos:** Los emo son grupos de jóvenes que se caracterizan por tener un peinado normalmente de cabello lacio cubriendo parte de la cara. Usan ropa oscura y pegada, que normalmente combinan con colores fuertes como el rosa, azul y rojo; utilizan piercings, tenis Converse o del mismo estilo que los de esta marca; muñequeras, estoperoles, sudaderas con capucha, camisetas ajustadas (generalmente negras), y en el caso de los hombres, normalmente dejan sus calzoncillos a la vista. Estos chicos se distinguen por ser un grupo de jóvenes inconformistas y generalmente pesimistas o deprimidos y algunos de los grupos de música que escuchan son: My chemical romance, Blink 182 y All american reject.

**Hip-hoperos/cholos:** Su vestimenta común son pantalones de mezclilla holgados, overoles, guayaberas, paliacates, camisetas de tirantes, tenis, jerseys y sudaderas deportivas, gorras beisboleras, anteojos. Muy emparentados con la onda de los cholos, con cabello muy corto, peinado

hacia atrás o bien, rapados. Gustan de música del género, desde Cypress Hill, A Tribe Called Quest, Wu Tang Clan, Public Enemy, D.M.C., hasta Dr. Dre, Kid Frost, Notorius BIG, Snoopy Doggie Dog, 2 Pac, Capone, Ice Cube, y de ahí a los españoles como Mala Rodríguez, Hechos contra el Decoró. Les gusta bailar breakdance y a veces hacen graffiti.

**Skatos:** Para estos jóvenes el vestirse guango, flojo, simulando ser patineto o cholo es parte de su forma de identificación; usan gorra beisbolera. Se perforan en demasía en algunos casos. Utilizan playeras de colores muy vivos, ropa deportiva Adidas, Puma, Airwalk. Sus actividades preferidas y por lo que llevan el nombre es el skateboarding. Conocen música del género ska posterior a grupos como Maldita Vecindad, Los Estrambóticos, Los de Abajo y Santísima Trinidad.

**Gamers:** Estos jóvenes son gustosos de los videojuegos y fanáticos de los mismos; caracterizándose por ser sujetos que pueden en su mayoría jugar durante varias horas consecutivas del día cotidianamente un videojuego con mucha dedicación. Adentrándose a conocer más sobre el mismo y todo lo que implica el videojuego de moda.

**Geek:** Los jóvenes que se encuentran dentro de estas tribus normalmente son catalogados de esta manera por ser eruditos dentro del ramo tecnológico siendo grandes conocedores de lo más nuevo en lo que ha tecnología existe en el mercado y tener grandes habilidades en los ramos informáticos. Una de las representaciones más claras en el ámbito de los medios masivos de comunicación que han ayudado a caracterizar a los geek es el éxito de series como The big bang teory donde los protagonistas, en especial Sheldon, son un claro ejemplo de lo que se ha constituido ante la sociedad como un geek.

### 2.2 COMUNIDADES JUVENILES

Los grupos juveniles emergentes, catalogados como tribus urbanas por los medios de comunicación e investigadores, no parece englobar a otros grupos sociales. En este caso el térmi-

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

no de comunidad juvenil parece resolver este problema. Con esta etiqueta se pretende nombrar a conjuntos de personas que están asociadas por una serie de intereses menos contestatarios es decir, ir en contra de la hegemonía y mucho más de convivencia o defensa de sus intereses comunes. Sin embargo, como dice Méndez (2011) refiriéndose a la comunidad Gay:

tan sólo por el hecho de suponer que lo comunitario denota que hay algo en común que mantiene esa formación comunitaria, y que eso en común es sencillamente el hecho de que son/¿somos? gays, no hace más que entorpecer la posibilidad de estos planteamientos iniciales (Mendez, 2011, p.6).

La comunidad no solo se construye de intereses comunes, sino también de enlaces dinámicos que a su vez son territoriales y temporales, pero especialmente ideológicos. Si una tribu busca “guerrear”, la comunidad busca “defender”. Transversaliza su práctica el idioma, las costumbres, pero sobre todo un sistema axiológico y deontológico que no está anclado en la negación del mundo, sino su afirmación en él. Dentro de una comunidad se suele crear una identidad común mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades.

Por lo que se cree que las comunidades son aquellos grupos que lejos de compartir solo un elemento en común suelen crear también lazos relacionales muy fuertes y similares a los que se dan en una familia; de esta manera cuando el joven se siente identificado con algún grupo y se vuelve perteneciente a el mismo este desde el primer momento inicia a crear lazos emocionales con los demás integrantes del grupo lo que ocasiona relaciones fuertes con los mismos.



En nuestra comunidad aprendemos un idioma, que significa una manera de estar y percibir el mundo, que fija e ilumina ciertos espacios de distinciones. No es lo mismo estar, vivir y mirar el mundo desde el mandarín, que desde el árabe o el español. Por ejemplo, el idioma de los inuit distingue muchos tipos de nieve, y sus hablantes aprenden, junto con las palabras del idioma, a distinguir entre esos diferentes tipos. Según con quiénes apren-

damos el idioma, en qué comunidad particular, tendremos un uso diferente de su potencial, al contar o no, por ejemplo, con un vocabulario amplio que nos permita un mayor número de expresiones, un pensamiento más fino y preciso, versus otros usos más limitados del idioma. La pertenencia o no a determinadas macro y micro comunidades afecta radicalmente nuestras posibilidades de realización en el mundo (Tolosa, 2010, p.6).

Y es que en un sentido más estricto se puede decir que una comunidad puede verse desde dos aristas dimensionales como son la micro y la macro como hace mención Tolosa (2010); la primera desde una mirada micro que comprendería a hablar de una comunidad simple o que se empieza a formar con dos personas que interactúan y configuran la percepción del mundo de manera similar; y la segunda la macro que puede abarcar: grupos de jóvenes, universidades, gobiernos y hasta países enteros.



Los seres humanos hemos desarrollado sorprendentes maneras de habitar y modelar el mundo. Acciones que nos parecen extraordinarias, desafiantes o insólitas observadas desde nuestro propio contexto: caminar sin miedo a noventa metros de altura, distinguir entre cincuenta variedades de queso o alimentar un cocodrilo después el desayuno, son naturales y hasta rutinarias en las comunidades en que vive cada una de esas personas (Tolosa, 2010, p.4).

Es así como se puede decir que en cada comunidad sea micro o macro se empiezan a notar ciertas prácticas comunes que logran crear el sentido de pertenencia dentro de la comunidad sin importar la magnitud de la misma; con ello no se pretende decir que las personas que integran cierta comunidad tienen que ser homogéneas en todos los sentidos.

La comunidad posee una connotación espacial y geográfica. Toda comunidad tiene un emplazamiento y los individuos que la componen tienen un lugar de residencia dentro del territorio ocupado por la comunidad. Aparte de eso, existen gentes en tránsito no contempladas como miembros, si bien tienen una ocupación

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

en la economía local. Ciudades, villas, caseríos y, bajo las modernas condiciones, el mundo por entero con todas sus diferencias de raza, cultura e intereses particulares, todos son comunidades. Y lo son en tanto que, a través del intercambio de bienes y servicios, pueden considerarse como cooperadoras en el desempeño de una vida en común (Park, 2013, p.3).

Por ello se dice que una comunidad es dinámica y que no forzosamente pertenece a una zona en específica sino que amplía su panorama a zonas rurales y urbanas no siendo exclusiva de nacer en un solo tipo de territorio, de manera que este se vuelve dinámico y se fortalece a partir de la unión de sus integrantes y las características que los hacen pertenecientes a la misma.

Una comunidad es un grupo en constante transformación y evolución, que pueden llevarla a su fortalecimiento y a la toma de conciencia de sí, como unidad y potencialidad, o bien a su división interna y a la pérdida de identidad (Montero, 1980, p.4).

De esta manera una comunidad se debe entender como aquella que en efecto cuenta con un territorio, sin embargo, no por ello se quiere decir que este sea fijo al contrario este se vuelve un territorio establecido ya que esta comunidad emerge de un lugar o un espacio pero que no por ello quiere decir que no se pueda encontrar a esta misma comunidad en otros espacios; existen comunidades religiosas las cuales tienen un lugar de origen o de inicio por ejemplo: la comunidad católica la cual tiene su lugar de origen en Roma, sin embargo se puede apreciar que esta religión no es exclusiva y delimitada por un espacio meramente geográfico sino que se expande a otros lugares del mundo, creando una macro comunidad. De ahí que Elena Socarra defina a una comunidad como:

[...] algo que va más allá de una localización geográfica, es un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia. Es, pues, historia común, intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos” (Socarra, 2004, p.177).

De esta manera, conforme se ha ido hablando de cómo se puede concebir a una comunidad se han encontrado tres características principales que envuelven el sentido de lo que significa una comunidad y como a partir de estas puede identificarse las mismas

Según Alipio Sánchez (2005) estas características identificadas son: 1) Una localidad compartida, 2) Relaciones y lazos comunes e 3) Interacción social; rasgos que hasta el momento han resaltado como puntos importantes dentro del desarrollo de las comunidades.

Desde este punto hemos hablado de las comunidades y como estas han sido consideradas hasta llegar a reconocer los rasgos principales que se encuentran en un grupo de personas para poderles nombrar como comunidad.

Aunado a ello se considera que en la actualidad los jóvenes son un foco importante al que se les debe prestar atención, pues es en los inicios de esta etapa cuando este comienza a buscar un sentido de pertenencia a algo; es donde este se encuentra con una gran variedad de grupos sociales como son las comunidades formadas por jóvenes.

De ahí que se cree que es necesario nombrar a estos nuevos grupos sociales de jóvenes que a partir de un lazo en común logran llevar a cabo una interacción social con sus semejantes y crear lazos sociales que los vuelven parte de algo de esta forma podríamos decir que estos mismos que no pueden llamarse tribus urbanas al no cumplir con las características de las mismas forman lo que a partir de ahora llamaremos como “Comunidades juveniles” y que reflejan características más sociales y de impacto con la población que los rodea.

Así los jóvenes se reconocen como parte de la colectividad deciden asociarse entre iguales para tener una participación activa en la comunidad. Es por ello que desde el punto de vista de la investigación los Otakus cumplen más con cada una de las características de las comunidades juveniles y no de las tribus urbanas como han sido catalogadas desde

## **¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?**

que los medios de comunicación han difundido al hablar de estos mismos.

### **2.2.1 LOS OTAKUS COMO COMUNIDAD JUVENIL Y SU CIUDADANÍA**

Para comenzar a adentrarnos en un tema un tanto complejo donde hablaremos de la cultura Otaku la cual es considerada por los sociólogos e investigadores que han hablado sobre ellos como cultura urbana o subcultura; quisiera comenzar planteando una pregunta con la que se desarrollará y problematiza esta percepción hacia estos grupos después de haber dejado claro que es una tribu urbana y una comunidad juvenil, esta pregunta radica en primer instancia en el ¿Por qué es una comunidad juvenil y no una tribu urbana? Y a su vez el hecho de que si a los jóvenes Otakus ¿se les considera y reconoce como ciudadanos? en esta idea del culturalismo en donde habría que pensar bien ¿cómo se les puede definir o explicar?

Desde este planteamiento se comenzará a explicar en primer lugar las razones por las que los Otakus son una comunidad juvenil y no una tribu urbana; como se pudo apreciar el ser una tribu urbana implica tener un territorio establecido y demarcado exclusivamente en la ciudades lo cual deja fuera a aquellos grupos de jóvenes Otakus que se encuentran en municipios o pueblos fuera de las grandes capitales de los estados o países por el contrario las comunidades juveniles tienden a ser más abiertas al no ser demarcadas por surgir forzosamente en un territorio específico como las grandes ciudades o urbes.

Otro de los puntos claros es que al hablar de tribus urbanas hace referencia a la tribalización o tribalismo como una de las características principal de estos grupos al ser el motor por el cual de manera claro remarca un sentido de lucha constante de los integrantes de la misma al reclamar, un espacio y un reconocimiento ante la sociedad sin lograr que exista un impacto en la sociedad; cosa que en las comunidades juveniles si se logra al atraer la atención de la misma sociedad hacia aquello

que los jóvenes integrantes de esta comunidad realizan.

Las tribus urbanas como ya se ha mencionado se caracterizan por ser grupos sociales muy bien definidos y que cuentan con una ideología que va en contra de la hegemonía cultural a la que pertenecen de forma clara, precisa y fuertemente marcado a través de movimientos sociales que transgreden la cultura hegemónica; cosa que en las comunidades juveniles se da de una forma pasiva sin la necesidad de transgredir al sistema cultural hegemónico de forma abrupta abriéndose espacios de expresión hacia un gusto diferente de manera tranquila al crear un interés de la sociedad hacia ellos.

De ahí que a partir de ahora se les nombrara a los grupos Otakus como comunidades juveniles; ya que estos no cuentan con un territorio establecido al ser parte de algo que su origen viene de otro país y a través de los medios de comunicación como la televisión y la internet ha logrado expandirse no solo a ciudades sino a pueblos o comunidades, creando cada vez más un primer contacto y una identificación del sujeto con un sentido de pertenencia. Así al igual que no cuentan con un territorio establecido ya que estos incluso en la actualidad ya cuentan incluso con un espacio virtual que rompe fronteras estos se vuelven una comunidad juvenil muy amplia y a su vez que ha logrado abrirse espacios y darse a conocer a través de los medios de comunicación.

De ahí que al lograr este reconocimiento por la sociedad a través de los medios en primera instancia de manera negativa, actualmente el Otaku establecido como comunidad juvenil lucha de manera activa sin agredir a la sociedad a través de eventos en los que el objetivo es dar a conocer la cultura japonesa. Por ello cuando los jóvenes Otakus se reconocen como parte de la colectividad y deciden asociarse entre iguales para tener una participación activa en la comunidad da origen a la creación de una comunidad juvenil que los vuelve parte de una ciudadanía partir de sus actuar social. Con ello se hace mención a que los Otakus, no son jóvenes que se les ve en contra del capitalismo, sino que al contrario dejan muchas ganancias



al modelo, en donde el concepto del comercio dentro de la globalización, deja una suma importante de dinero al país.

Esto debido a que las tribus urbanas no podrían considerarse ciudadanía en el sentido de su actuar social, debido a que un ciudadano tiene una especie de activismo social, que



impacta en la colectividad sin agredir e ir en contra de la hegemonía.

Así cuando se hace referencia a la ciudadanía; es difícil darle un significado concreto y claro debido a que constantemente se le asocia a cuestiones que tiene que ver con leyes:

## **¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?**

derechos y obligaciones que el individuo por solo el hecho de existir tiene que acatar para ser parte de una ciudadanía para “Tener derecho a tener derechos” entonces es donde pienso que el joven entonces muy independiente de considerarse y ser considerado como Otaku viéndolo desde el punto legal podría ser nombrado ciudadano.

Sin embargo, cabe mencionar que cuando aludimos al concepto de ciudadanía nos estamos refiriendo a que se necesitaría cubrir las cinco dimensiones desde el punto de vista de Ramírez Saiz, (2011). Las cuales se encuentran en: la política, lo social, lo económico, la cultural y civil; de las que se necesita para que se conciba esta como tal de manera equitativa, ya que si éstas son desarrolladas de manera desigual no se podría llegar a tener una verdadera ciudadanía al considerarse una de estas más importante que la otra.

Por ello la ciudadanía tiene que ver con una relación entre el individuo y la comunidad política hacia la colocación de igualdad, con la democracia. Por lo que ante el Estado el individuo es ciudadano todos los días con cotidianas acciones de participación en la sociedad. Esto me remonta a pensar entonces que el joven Otaku es considerado como ciudadano ante el Estado pero no por ser Otaku sino por ser un joven que dentro de una nación antes de pertenecer a un grupo que busca, ve, crea, y apropia ciertos aspectos de otra cultura es considerado por su nacionalidad como parte de un Estado en el que se desempeña y realiza actividades como sociedad misma. Excluyendo u omitiendo hasta cierto punto que existe una identidad diferente en el individuo.

Según el planteamiento del Juan Manuel Ramirez en el artículo “la dimensión civil se centra en el individuo como sujeto autónomo” (Ramírez, 2011) en la cual los ejes principales que rigen esta dimensión son la igualdad y la libertad del individuo ante el estado. Conforme a este punto se puede sostener el hecho de pensar que estos jóvenes a quienes les nace un interés por conocer la cultura de la que provienen todos esos productos de entretenimiento que en alguno de los casos fueron

con los que crecieron y descubrir a el personaje favorito que tenían donde Japón o Corea se convierte en un lugar místico en la que sus fantasías pueden hacerse realidad, una realidad lejana y deseada que ocasiona que el interés crezca con cada producto de anime, manga, serie o música oriental que se consumen. En la dimensión político, está claro que al ciudadano joven se le proporcionan muchas atenciones pues ante lo político se le considera el sector más fuerte y con mayor peso al momento en el que el Estado les confiere el derecho y responsabilidad de ejercer su derecho como miembro elector de los individuos que le representa; sin embargo, a la par de ello se le considera el miembro con más dificultades para entender debido a sus múltiples diferencias identitarias por las que atraviesa y con las que cuestiona el propio poder hegemónico del Estado-nación. Por su parte en lo económico que consiste en el poder tener un trabajo y obtener una ganancia de ella para de esta forma subsidiar sus propios bienes necesarios se puede ver reflejado en el momento en el que para costear su propio gusto por este tipo de cultura los Otakus buscan una fuente de ingreso que el propio Estado les puede llegar a proporcionar sin darnos cuenta al momento de permitir que a través de su propio gusto se generen una misma reutilización monetaria.

La dimensión social en conjunto con la económica maneja la satisfacción de las necesidades básicas y el posibilitar al individuo todas las condiciones materiales necesarias para que este se ejerza como ciudadano y actué de la misma manera hace pensar que al momento que el joven Otaku logra cumplir con ello y actúa acorde a su afición ante la sociedad se presenta una diferenciación no de respeto sino mejor dicho de exclusión por no seguir las reglas de lo que está considerado como normal ante lo señalado por la sociedad. Reglas que hasta el día de hoy son cuestionables ante una actitud meramente moral que desde la antigüedad fue estipulada y enseñada a la nación.

Por último en la dimensión cultural se habla de dos vertientes la primera el derecho al acceso de los bienes culturales

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

tangibles (patrimonio, pictórico, arquitectura) y los intangibles (las tradiciones orales, las creencias, la literatura y la música). el segundo el derecho a la diferencia y el respeto a ella. Como ya se ha mencionado en las anteriores dimensiones abordadas la cultura desde sus dos vertientes está estrechamente relacionada con la construcción y el funcionamiento de la identidad la cual se genera en espacios de comunicación que se encuentran construidos en torno a los fenómenos sociales como los movimientos juveniles donde se lleva consigo una creación identitaria del individuo Es por ello que la idea correcta de esta interacción entre culturas es a través de la interculturización donde las partes involucradas se enriquecen la una a la otra y exista a su vez el respeto hacia la manifestación libre de cada una de estas.

Por ello cuando se habla de la dimensión cultural esta se basa en el reconocimiento al valor de la diversidad cultural de la sociedad; donde cada uno tiene derecho a la diferencia, identidad y cultura propia. Evitando que la cultura de lo homogéneo sea la que predomine en el mundo actual donde toda comunidad y su manera de vivir se forma a partir de distintas manera de pensar, maneras de actuar y de sentir construyendo un capital y un patrimonio propio. Como

sucede con los jóvenes Otakus quienes han permitido que los mensajes y los discursos que producen los países orientales, se vuelvan parte integral de sus prácticas, logren ocupar parte de sus actividades,



y reconfiguren algunos aspectos de su vida como son a nivel profesional, sentimental, creencias personales e incluso sus visiones políticas.

Es por ello que después de haber explicado cada una de las dimensiones con respecto al grupo Otaku y la ciudadanía se tiene como objetivo la preservación de los valores que se derivan de la dignidad del sujeto como ciudadano.

Debido a que explicar un concepto concreto de ciudadano en la actualidad es una tarea muy compleja; puesto que en el mismo concepto con lleva a un compromiso cultural, social y político muy grande; como menciona Lechner (1996); O'Donnell (1993) quienes son citados por Ramírez “la ciudadanía es una permanente conquista cotidiana; una construcción que nunca acaba, un horizonte sin punto de llegada predeterminado, bajo el principio constante y renovado, del “derecho a tener derechos” (Ramírez, 2011, p.12).

Es a partir de lo anteriormente planteado que se puede empezar a ver todo esta situación sobre los jóvenes Otakus como comunidades juveniles y como ciudadanos ante su identificación hacia una cultura distinta a la establecida por el Estado-nación; a partir de esta perspectiva y visto desde la concepción de Alejandro Grimson (2011) las relaciones interculturales se vuelven parte importante ante un proceso de construcción de identidad en un espacio-tiempo en el que “diversidad cultural”, la “cultura” e “identidad” se fue desarrollando continuamente.

### **2.3 LOS OTAKUS, ORIGEN, SIGNIFICADO Y CONFORMACIÓN**

Los Otakus, foco de este estudio, son grupos en los que participan personas que desde muy temprana edad tienen contacto con ciertos productos de entretenimiento oriental, a través de los medios de comunicación masiva. En particular, la televisión ha jugado un papel muy importante en la difusión y transmisión de estos productos, su forma de consumo y la forma en que los consumidores son concebidos por la sociedad. Otaku es una palabra japonesa que se traduce como “tu casa” o “tu hogar”.

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

Para muchos de los jóvenes aficionados al manga y el anime en Japón, que eran tímidos y les costaba socializar, esta manera de comunicarse tan respetuosa resultaba segura. Su “exagerado” uso de la palabra llevó a que los medios informativos nipones los denominaran Otakus-zoku (tribu Otakus) y de allí simplemente Otakus (Cobos, 2010, p.29).

El fanático se adueña de su denominación como Otaku, defendiéndolo ante las connotaciones “negativas” que se llegaron a construir en el país del origen de esta afición, debido a la cada vez mayor cantidad de consumidores que además interaccionaban en el espacio formando así una tribu urbana desde la perspectiva de los medios de comunicación masiva.



El Otakus, entonces, investido de todos estos adjetivos, fue construyéndose como el público natural del manga/anime en apariencia unificado como una tribu, dando lugar a su imagen contracultural que le presentaba, como hasta ahora, con empaque de marginal inadaptado e inmaduro para las relaciones sociales que, cuando tiene un empleo, trabaja tan sólo para pagarse su afición (Bogarín, 2011, p.69).

Pero el término Otaku, que se les fue dado a los jóvenes integrantes de estos grupos, fue acuñado en junio de 1983. Cobos (2010):



Aki Nakamori columnista y editor escribió una columna denominada Otakus no kenkyuu (estudios sobre el Otakus) en la revista manga Beri-kko, publicación que se especializaba en manga rorikon (lolita complex, una vertiente del hentai), donde hace un recuento de su visita a un comike o komiketto (abreviación de comic market, convenciones para aficionados a las historietas y la animación), y menciona de manera especial las características físicas, psicológicas y sociales de estos particulares aficionados.

El columnista sostuvo que la denominación manía no era la mejor palabra para denominar a los personajes que había encontrado en el comike y que resultaba insuficiente por lo que propuso aplicarles el término Otakus a los aficionados al anime y manga (Cobos, 2010, p.24-25).

La columna de Nakamori fue cancelada poco tiempo después pero la palabra Otakus se hizo popular tras su publicación y empezó a ser usada por aficionados y medios de comunicación para describir a la persona obsesionada por algún tema, un entusiasta en extremo, y sobre todo, para aquellos jóvenes poco sociables que encontraban refugio en un mundo de fantasía, como el que ofrecen los productos de entretenimiento anime/ manga.

En Japón la palabra Otakus adquirió una connotación negativa y por este motivo, quien se asume como tal gana la desaprobación de la sociedad. Esta perspectiva negativa, de aficionado enfermizo, se debe a la acción que cometió un fanático japonés que consumía estos productos de entretenimiento:



Tsutomu Miyazaki, un hombre de 27 años que entre 1988 y 1989 secuestró, violó y asesinó a cuatro niñas en edad preescolar en la prefectura de Saitama y los restos de una de ellas se los envió a sus familiares bajo el seudónimo de Yuuko Imada, nombre de un personaje femenino de manga. Después de su captura, en la vivienda del mismo se encontraron 6000 videos que incluían títulos sangrientos, de horror y también de hentai, además de fanzines (revistas hechas por aficionados) y manga con historias del mismo tipo (Cobos, 2010, p.25).

En occidente el Otaku adquiere una connotación distinta

La palabra en Norteamérica, Europa y Latinoamérica [...] se ha tomado como el término para definir a un fanático u obsesionado con algo, como la música, los videojuegos o el anime. El término bautiza a todo aquel que se desconecte del mundo y se concentre en una sola cosa, en forma exagerada o desmedida, pero sin rayar en lo psicópata y enfermizo (Cobos, 2010, p.25).

El Otakus occidental suele desarrollar un gran gusto por el idioma japonés y/o coreano y la historia de la cultura oriental, por lo que en ocasiones trata de aprender de ella sin tener miedo a las distancias y diferencias culturales o morales que pueda haber entre estas. En occidente es un orgullo ser llama-

## **¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?**

do Otakus. Cuando alguien sabe el gusto de la persona por la cultura oriental del anime/manga lo refleja en sentido positivo de la denominación. “Los fans que la usan para identificar su afición tienden a hacerlo con humor tratando de recuperarla de su significado tan negativo, sin embargo, en Japón el término puede ser considerado un insulto” (Cobos, 2010, p.25).

Por otra parte, se aprecia que la afición de los Otakus no solo es por el anime, manga y la j-music/k-music sino, también por otros productos orientales.



La afición se extiende por todo aquello que se produzca en Japón, por lo tanto suele comprar videojuegos, consume música japonesa (j-pop, j-rock, música tradicional), producciones cinematográficas, platos gastronómicos, aprende su idioma y caligrafía (o al menos lo intenta), usa palabras japonesas en sus conversaciones, asiste a eventos culturales donde lo japonés sea lo protagonista y hasta llega a viajar a ese país y conocer el barrio de Akihabara en Tokio (el lugar de encuentro por excelencia de los Otakus nipones de todo tipo) (Cobos, 2010, p.27).

La persona Otaku comparte su afición con otros que participan en grupos tanto físicos como virtuales (debate en foros, maneja blogs, construye sitios y portales web, participa en proyectos de fanzine (fans de los magazines) y e-zine (revistas electrónicas) y radio en línea; expone sus puntos de vista y hasta llega a hacer investigaciones académicas sobre el tema como objeto de estudio.

### **2.3.1 CARACTERÍSTICAS DEL OTAKUS**

Como ya se dijo, los Otakus se caracterizan por ser consumidores no solo del anime y manga, sino de productos relacionados en general con la cultura oriental que se involucran en el entretenimiento y en el poder de la información.

Aunque lo principal y por lo cual se le identificaría a una persona como Otaku, es por su gusto y pasión; situación que se logra percibir en algunos casos debido a que el sujeto joven porta un pequeño objeto dentro de su vestimenta u objetos extras alusivos a su gusto o afición, de otra manera se tendría

que charlar con él para identificarlo, cuestión que no saldrá a relucir en la primera plática al menos que este se encuentre en total confianza y note el mismo gusto en la otra persona con la que mantiene la charla.

Lo más notorio de la comunidad Otaku es que no manejan una ideología en concreto que los pueda definir en conjunto ya que la identidad que crea cada integrante es personal y diferente; sin embargo, cabe destacar que cuando hablan sobre otras personas mencionan que el ser Otaku los hace feliz, lo único que exigen es respeto hacia su gusto, así como ellos respetan a los demás.

Los Otakus son ante todo una comunidad de consumidores, que refinan su consumo, por lo que se perciben solo por este hecho como muy diferentes. Uno de los fundadores del Otakus Fan Club comentó que “no es consumir por consumir; sino que al paso del tiempo cuando ya estas dentro del grupo conoces y empiezas a ser selectivo en cuanto al consumo de los productos que se adquieren” (N. Gurria, comunicación personal. 2014, noviembre 10).



El Otakus ve anime doblado por televisión, lo ve doblado o subtulado por Internet, lo descarga para coleccionar, compra manga impreso, lee mangakan o manga a través de Internet, compra todo tipo de merchandising, conoce la biografía de los estudios de producción, la de sus mangaka favoritos, conoce el trabajo de los seiyuu (actores de voz japoneses) y de los actores de doblaje, asiste a convenciones, hace karaoke, hace cosplay (se disfraza de sus personajes favoritos y se esmera en la elaboración de su traje) (Cobos, 2010, p.26).

Todo esto es parte del ser Otaku. Al hacerse fanático de este tipo de cultura y adentrarse tanto a conocer más sobre aquello que consume en la vida diaria y que le atrae, lleva al Otaku a construir una identidad, a volverse seguidor experto en el tema, y en algunos casos, a crear y producir sus propios mangas, dibujos, y trajes para sus cosplay.

Este proceso no es inmediato y hacen falta una serie de elementos que se deben encontrar en la trayectoria de vida de

## **¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?**

la persona, para que esto suceda. En principio, la persona, el niño o el joven que se inicia en la aventura Otaku, debe tener contacto con los animes y los mangas, y para ello se requiere como mínimo una televisión de señal abierta, cierta permisividad familiar, recursos económicos, interacciones con personas que ya se han introducido en la cultura Otaku y tiempo.

Ahora bien, es posible que los fans del anime y el manga, construyan una identidad Otaku, sin que participe en un grupo de Otakus. Pero parece que lo más frecuente es lo contrario, es decir, esta identidad se consolida solamente en las prácticas que se realizan dentro de la comunidad Otaku.

El primer contacto con el anime/ manga sucede a corta edad. La televisión es el medio de distribución que ha resultado más efectivo para caso. Pero no el único, existe una compleja complicidad y alineación de las industrias culturales con el mercado de objetos, que resulta difícil no caer en sus redes. Una serie anime exitosa, desencadena toda una serie de otros productos que llegan al consumidor a través de la industrial editorial, la prensa, los grandes monopolios televisivos y de música y cadenas de supermercado.

Cuando el niño o el joven se engancha con esa cultura oriental el paso lógico y casi natural es percatarse de la existencia de otros jóvenes que tienen la misma afición, que a su vez participan en los grupos Otakus. Ese es un espacio social, primero de intercambio e interacciones que suceden alrededor de esa cultura oriental y los productos de entretenimiento que le han llamado la atención.

### **A) EL ACERCAMIENTO "CONOCIENDO MÁS ALLÁ DE LOS ANIMES MANGÁS"**

Como se ha dicho, un joven puede ser fan de la cultura Otaku pero no necesariamente un participante activo en una comunidad de Otakus. Hablemos de estos últimos:

Existen dos caminos para llegar a ser miembros de una de estas tribus: o bien por medio de la página web de un grupo o bien por medio de un amigo o conocido que ya pertenezca a un grupo. Por

lo general es una combinación de estos dos caminos: un amigo o conocido (contacto) proporciona al interesado información sobre las actividades del grupo (Balderrama & Pérez, 2009, p.29).

Por supuesto, el ingreso a los clubs de Otakus está condicionado a que al nuevo integrante le guste el anime/manga. Dado lo anterior, desde las primeras interacciones con el grupo, el nuevo integrante que ha sido invitado a las reuniones grupales lo convierte en un nuevo Otaku. Algunas veces este proceso está mediado por el intercambio y/o préstamo y venta de algunas series anime/ manga.

### **B) EL SEUDÓNIMO OTAKUS**

Cuando un fanático consumidor de estos productos de entretenimiento oriental anime/manga y j-music se une a un grupo de Otakus (club), empieza a integrarse y empaparse más sobre la identidad del Otaku. Esto debido a que el joven ya no será llamado por su nombre de pila sino por un nickname (seudónimo) con el que se identificará y será conocido entre los integrantes del grupo, las redes sociales, foros web y otros espacios sociales, que incluso pueden estar fuera del espacio de reunión del grupo. Por supuesto, esto no es una regla irrenunciable, es decir, el joven puede no usar el seudónimo, y a medida que este va creciendo y creando lazos de afectividad con los demás integrantes esto puede cambiar y ser conocido por su nombre de pila y seudónimo; sin embargo, en un principio suele suceder que el nombre de pila es muy poco usado por sus compañeros Otakus para referirse a el sujeto.



Esto se debe a que a través del internet, las personas no suelen dar nombres reales en foros, por lo que se asignan un nickname (viene del inglés sobrenombre) con la cual las personas participan en foros virtuales. Pero luego, cuando la persona tenga contacto cara a cara con el resto de los miembros del grupo, será llamado también por su nickname y no por su nombre real (Balderrama & Pérez, 2009, p.30).

El Otaku escoge su seudónimo/nickname en dos circuns-

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

tancias, la primera para interactuar en un mundo virtual con los demás aficionados, por medio de blogs o foros; la segunda para la interacción frente a frente con los miembros del club o grupo social al que se ha integrado.

**El Otaku** escoge su pseudónimo/nickname en dos circunstancias, la primera para interactuar en un mundo virtual con los demás aficionados, por medio de blogs o foros; la segunda para la interacción frente a frente con los miembros del club o grupo social al que se ha integrado

Por lo general este nombre se caracteriza por relacionarse con nombres japoneses de personajes vistos en el anime, con el cual se siente alguna afinidad pero también pueden ser sobrenombres inventados por la persona que no guarde relación con el anime (Balderrama & Pérez, 2009, p.30).

El nickname se vuelve parte de la identidad del Otaku al momento de ser seleccionado por él mismo. Sin embargo, a veces suele ser impuesto por el grupo social debido

a que el nuevo integrante no logra decidirse por un nickname apropiado.

### **REUNIONES**

Los clubs de Otakus normalmente se caracterizan por hacer reuniones semanales, mensuales o en fechas especiales con sus integrantes, en las que varía el lugar de la reunión, dependiendo de las actividades a realizar dentro del grupo social ya que esta se lleva a cabo en la casa de alguno de los integrantes o en algún espacio público, como en alguno de los parques de la ciudad.

En las reuniones los miembros transmiten información de manera informal relacionada con el mundo del anime, comentan sobre las series en boga o las series que han hecho historia, sus personajes y la música que acompaña a la series (rock y pop japonés). Tam-

## EDUCACIÓN E IDENTIDAD OTAKU

bién las reuniones son un espacio para distribuir discos de series de anime bien sea en carácter de préstamo o de venta (Balderrama & Pérez, 2009, p.31).

Los nuevos integrantes Otakus tienen que pasar por un protocolo o rito de iniciación al grupo. En este protocolo, los integrantes se presentan diciendo su nombre real y el nickname por el que son conocidos o desean ser conocidos dentro de la comunidad; al final, el nuevo Otaku se presenta y elige el sobrenombre con el que, desde ese momento, será identificado dentro del grupo.

En la interacción de los Otakus, en reuniones y fuera de ellas, es común escuchar que manejan un código de comunicación donde utilizan expresiones (palabras y/o gestos) japonesas, costumbre para aquellos Otakus que han aprendido a través del consumo de los productos de entretenimiento principalmente del anime y la j-music; entre las palabras más utilizadas podemos encontrar sugoi (genial), gomene (lo siento) y arigato (muchas gracias) siendo las más frecuentes en su lenguaje.

Con frecuencia el grupo realiza otro tipo de reuniones más orientadas hacia el grupo en sí que a la afición por el anime. Estas reuniones pueden estar motivadas por el cumpleaños de alguno de los miembros o algún evento especial como el aniversario del grupo o un viaje a la playa. (Balderrama & Pérez, 2009, p.31).



La convivencia dentro del grupo no es motivada necesariamente por la afición al anime/manga debido a que es parte

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?



de la vida cotidiana el reunirse con los miembros de la organización se van creando lazos de amistad y hermandad dentro de cada una de las personas que integran la comunidad Otaku; y el reunirse con fines de convivencia fuera de la afición a la cultura oriental se vuelve una práctica para acercar a cada uno de los integrantes.

Sin embargo cabe destacar que esta dinámica al paso del tiempo ha ido cambiando; esto debido a que sus integrantes

## EDUCACIÓN E IDENTIDAD OTAKU

van creciendo y asumiendo los respectivos roles sociales que deben de desempeñar como ciudadanos dentro de un Estado-nación al que pertenecen. Esto no significa que la comunidad Otaku deje de existir sino que por el contrario esta sigue fortaleciéndose con la llegada de integrantes nuevos.

### D) VESTIMENTA DEL OTAKU

A partir de la noción que han dado a conocer por los medios de los Otakus suele creerse que estos van todo el tiempo disfrazados de su personaje favorita del anime/manga; Sin embargo, esta práctica la cual se explicara más adelante mejor conocida como cosplay, se realiza en las convenciones y no en su vida cotidiana; ya que los Otakus vuelven a su vida normal, sin dejar de ser Otaku.



La vestimenta de los Otakus suele distinguirlos en la vida cotidiana. Aunque cosplayarse está más bien reservado para las convenciones, es usual que muchos jóvenes usen prendas que hagan alusión a algún personaje de anime y que sea reconocido dentro de su círculo o grupo Otakus (Balderrama & Pérez, 2009, p.37).

Se dice que los Otakus siempre se podrán identificar por algún objeto o prenda de vestir que estén usando, pero eso no significa que siempre estén vistiendo de manera extravagante. Sin embargo esto no siempre es así y pueden vestir sin ningún distintivo que los identifique como Otaku ante las demás personas.

Esta alusión de vestimenta se refleja en playeras, mochilas, pines (botones de broche), pulseras, co-



## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

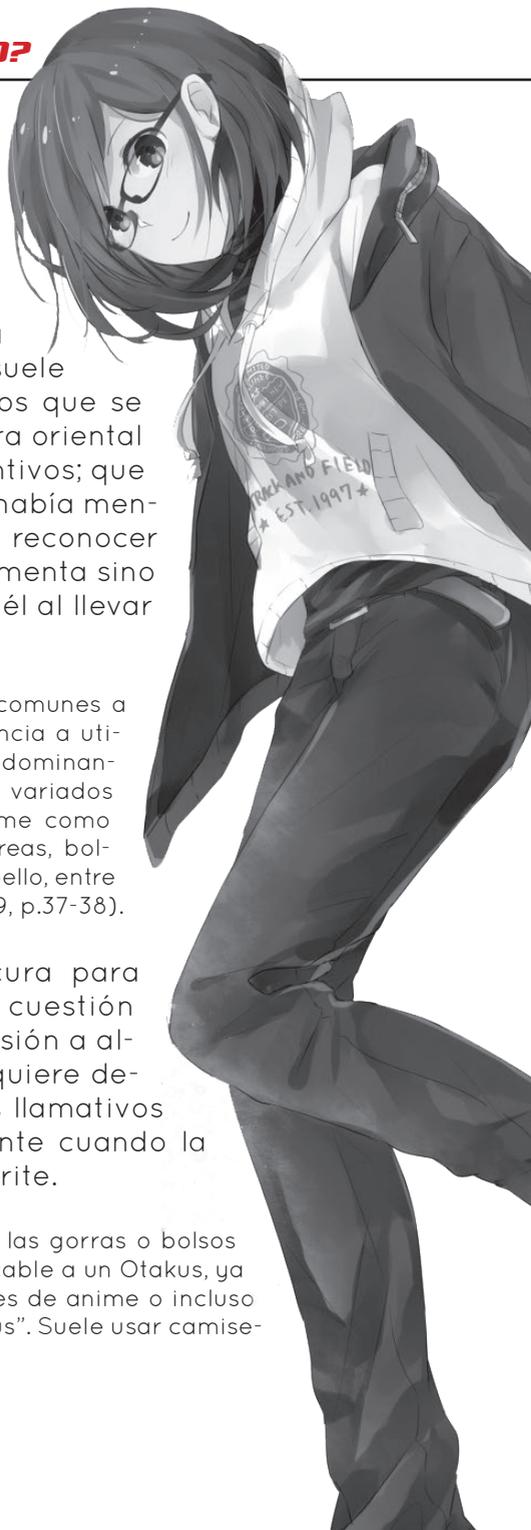
llares, bandas. En algunos casos deja de ser algo tangible y se vuelve un accesorio como un tatuaje que alude a un dibujo japonés, un nombre con la escritura del país o un objeto distintivo de Japón que se vuelven parte de la vestimenta que algunos Otakus utilizan, esto suele verse más a menudo en los eventos que se realizan para la difusión de la cultura oriental donde el joven llega con estos distintivos; que en la vida cotidiana; pues como se había mencionado con anterioridad el poder reconocer a un Otaku no depende de la vestimenta sino de la interacción que se tenga con él al llevar a cabo una conversación.



Hay ciertos aspectos que son comunes a casi todos los Otakus: la tendencia a utilizar colores oscuros, gran predominancia del negro y en las mujeres variados accesorios relacionados al anime como pulseras, collares, zarcillos, correas, bolsos, pines, ganchitos para el cabello, entre otros (Balderrama & Pérez, 2009, p.37-38).

El hecho de utilizar ropa oscura para los Otakus es más notorio por la cuestión de resaltar la imagen que hace alusión a algún anime. Sin embargo, esto no quiere decir que no utilicen ropa de colores llamativos y que incluso no vistan formalmente cuando la ocasión o su vida cotidiana lo amerite.

El uso de chapas o broches en las gorras o bolsos hacen inmediatamente identificable a un Otaku, ya que tiene motivos de personajes de anime o incluso llevan la consigna de “soy Otaku”. Suele usar camise-



## EDUCACIÓN E IDENTIDAD OTAKU

tas bien con el logo del grupo al que pertenece o bien con el motivo de alguna serie de anime sirven también para identificarse como Otakus (Balderrama & Pérez, 2009, p.38).

Es la vestimenta tan particular del Otakus la que lo diferencia de otros grupos juveniles ya que a pesar de no ser tan exagerada o notoria en muchos casos; más que en las convenciones a las que este asiste; es lo que hace la distinción del Otaku de las demás personas, esto a partir de que si este decide utilizarlo en algún momento en su vida cotidiana para resaltar parte de su gusto por el anime/ manga.

Sin embargo hay casos en los que los Otakus no hacen uso de ningún tipo de vestimenta fuera de lo ordinario; por lo que no reflejan ser integrantes de estos grupos juveniles. “Muchos Otakus no utilizan colores oscuros ni tiene señal alguna en su vestimenta que los identifique con el grupo y sin embargo, su identidad no es puesta en cuestionamiento por el resto del grupo” (Balderrama & Pérez, 2009, p.38).

De ahí la importancia que tiene la conversación con los sujetos para poder saber si realmente es un Otaku o no, ya que el simple hecho de portar algún distintivo de un anime o manga no significa que el sujeto es un Otaku y la gente deba de identificarlo como tal.

### **E] ESPACIOS DEL OTAKUS**

Desde la perspectiva de Gottmann (citado por Manzanal, 2006) “los territorios proporcionan a las respectivas sociedades la capacidad de la complementariedad con los de fuera y, incluso, con el mundo”. En el caso de los Otakus esta frase encaja en su realidad, existen Otakus en todo el mundo están conectados por un gusto, que viene de un territorio distinto, pero al mismo tiempo cada Otaku que vive fuera o dentro de este territorio de origen, se complementa creando lazos. Por ello los Otakus necesitan contar con espacios para realizar actividades sin problema y riesgo a

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

que puedan ser discriminados por la sociedad externa. A este tipo de espacios se les suele llamar espacios seguros.

Reguillo (citada por Balderrama y Pérez, 2009) menciona que “desde las teorías que sustentan las culturas juveniles, se ha puesto en evidencia que existe una simbiosis entre la localidad y la generación de la identidad de los miembros de una cultura juvenil”. Esto se debe a que a partir de los lugares o espacios donde se desarrolle el grupo social se genera la identidad de los jóvenes.



En el caso de los Otakus se le han nombrado espacios seguros (y sería necesario acotar que son espacios seguros de convivencia) a todo aquel espacio del cual ellos se apropian no solo de manera física sino simbólica, en el sentido de que pueden mostrarse sin el temor de ser excluidos o rechazados del resto de los ámbitos de su vida cotidiana, donde podrían entrar en conflicto al violar alguna de las normas que rigen esos ámbitos (Balderrama & Pérez, 2009, p.33).

Los espacios más comunes que utilizan este tipo de grupos son los parques que se encuentran en la ciudad o la casa

de alguno de los integrantes del grupo o incluso en algunos casos las tiendas especializadas en la venta de productos orientales es por ello que si lo que desean es reunirse y llevar a cabo una actividad de recreación sobre el tema anime/manga estos viene a ser ocupados para realizar las reuniones del grupo como ya hemos mencionado anteriormente.

Un paso muy importante dentro de los espacios que han logrado hacerse los Otakus es los espacios



## EDUCACIÓN E IDENTIDAD OTAKU



en los Cines de Tuxtla Gutiérrez, la más importante: la cadena Cinemex; en la cual se llevan a cabo ciclos de cine japonés y la proyección de capítulos de animes; a este evento o espacio que ha surgido para el gusto del público Otaku se les conoce como el “AniFest” y el “Matsuri tv” que se realiza en toda la república mexicana por medio de la cadena. Al igual estos se han realizado en el Museo del Café, la escuela Descartes y Ciénepolis Poliforum. De esta manera se puede apreciar que los mismos Otakus han ido buscando sus espacios.

Por otro lado se encuentran aquellos espacios en los cuales se reúnen no solo con las personas que integran el grupo al que ellos pertenecen; sino que se relacionan e interactúan con un número más grande de jóvenes que comparten el mismo gusto en eventos mejor conocidos como las convenciones.

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

### F) CONVENCIONES

Las convenciones son el lugar de reunión por excelencia para los jóvenes que se denominan Otakus y para todos aquellos aficionados que no se consideran de esta manera; estas se llevan a cabo durante todo el año y es común ver que los organizadores de estos eventos son los miembros de un determinado club o grupo Otakus. Dentro de las convenciones se llevan a cabo distintas actividades relacionadas a la cultura oriental y a un tema elegido por los organizadores para el evento.



Riendau (2009), citado por Arciniegas y Mora, 2010 menciona que:



Una convención de este tipo es definida como aquella reunión o evento que tiene como objeto la promoción del manga o el anime, y junto a ellos algunos componentes de la cultura

japonesa. Por lo general estos eventos toman varios días y se realizan no en cualquier espacio ordinario, sino en lugares de promoción de cultura y educación, como lo son las universidades, hoteles, o importantes centros de convenciones (Arciniegas & Mora, 2010, p.35).

El lugar de las convenciones suele variar dependiendo de algunos factores como: la temática del evento, la perspectiva de audiencia y los invitados que se pretenden traer para presentar en la convención, pero sobre todo del tipo de actividades que se piensan realizar en ellos.



Paneles, foros, proyecciones audiovisuales, exposiciones de arte, venta de dojin, son algunos de los componentes en que se llevan a cabo estas reuniones, pero junto a ellas se desarrollan otro tipo de dimensiones, como los son el encuentro de grupos de Otakus exhibiendo sus cosplay. Sin embargo, este tipo de convenciones tienen también un fin netamente comercial, ya que es por medio de ellas que fabricantes ofrecen sus nuevos productos, o se impulsan nuevas series de anime (Arciniegas & Mora, 2010, p.35-36).

Cabe mencionar que por lo general los invitados suelen ser actores de doblaje, bandas de música y a los representantes de la editorial Mundo Vid la cual se encarga de reproducir y distribuir los mangas y comics en nuestro idioma para la comunidad que consume estos productos de entretenimiento.



Otro de los elementos que es muy valorado por los Otakus que participan en las convenciones de anime es que a ellos asisten grandes personajes representativos de la industria, como diseñadores de modas, de series, directores de películas, dibujantes y artistas independientes que son muy prestigiosos en el campo. "Por esta razón las convenciones son para ellos una gran oportunidad de relacionarse no sólo con sus semejantes aficionados sino con las figuras que admiran y de quienes muchas veces se inspiran para la configuración de su personalidad, o sus re creaciones, re significaciones de los elementos que aprecian" (Arciniegas & Mora, 2010, p.36).

Este tipo de eventos ayuda al fanático a conocer el gran trabajo de grandes personajes de la industria como son los actores de doblaje quienes son admirados por los Otakus por el trabajo

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

de voz que hacen con sus personajes favoritos. Sin embargo, a pesar de que la atracción principal de las convenciones son los invitados especiales, hay otras actividades, como los concursos de

cosplayer (personificación de algún anime) que captan la atención del público, ya que se aprecian desde niños de cinco años hasta mayores de 25 años, que se esfuerzan en su traje y en ser lo más parecido a el personaje que interpretan.

Es muy común observar concursos del mejor cosplay, donde se otorga el premio a quien haya logrado elaborar el mejor disfraz inspirándose en algún personaje de anime; se valoran los materiales utilizados, el maquillaje, el peinado, la constitución física, las actitudes, los gestos, que hagan que el Otakus quede lo más similar posible al personaje en cuestión (Arciniegas & Mora, 2010, p.36).

Es común ver en este tipo de eventos la realización de diversos talleres sobre *origami*, dibujo e incluso aprendizaje del japonés, siendo los más sencillos y los que se presentan con frecuencia dentro

de todos los eventos de anime que se realizan en el estado.

Este tipo de convenciones normalmente se realizan los fines de semana, días en los que hay más posibilidad de audien-

**ANIME CASTLE**  
7ª Convención de Anime, Videojuegos y Cómics

# GREAT WARRIORS

**29 y 30 de Noviembre 2014**  
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Domo del ISSTECH  
De 11:00 a.m. a 9:00 p.m.

**INVITADOS ESPECIALES**

**Hairo Cabrera**  
COSPLAYER

**Kento Cosplay**  
COSPLAYER

**Onegathos**  
COSPLAYER

**Ricardo Mendoza**  
ACTOR DE DOBLAJE

**Asccy**  
ILUSTRADOR DIGITAL

**Anayami Onyaku**  
BANDA DE ROCK

Participa en los selectivos **COSPLAY**

**Entrada general por día**  
**\$40.00\***  
TU BOLETO PARTICIPA EN LA BOLA DE \$500.00 POR DÍA

**Anime Castle Convención**

EL TERRO, Imaginame, Grupo PEGASO, LEXAR, ANIME, VELMON, INNOVACION, PAS, and others.

cia y cuando los integrantes de los clubs y los fans del anime/manga se liberan de sus responsabilidades escolares o profesionales y salen a disfrutar con los amigos o la familia dentro de los eventos. Los eventos pueden durar de dos a tres días desde las 10 de la mañana hasta las 10 de la noche.

Así mismo, la publicidad de un evento de anime y manga se hace principalmente por la internet; las convenciones crean páginas web donde el público puede encontrar el precio de las entradas, sitio a realizarse, duración y las actividades, reglamentos de los concursos entre otras (Balderrama & Pérez, 2009, p.35).

De esta manera como los organizadores de las convenciones logran hacer la publicidad de los eventos que se realizan; aprovechando el internet y sus redes sociales donde diariamente está en constante comunicación los aficionados a la cultura oriental en busca de información sobre nuevos eventos o noticias sobre el tema de su afición. Pero no es solo el internet la única herra-

HORARIO: 29 DE NOVIEMBRE/2014							
HORA	ACTIVIDADES ANIME CASTLE GREAT WARRIORS	TALLERES	ACTIVIDADES FUERA DE ESCENARIO	INDICADORES PARA LAS GAMES	TORNOS DEL GIMNASIO	EXPOSICIONES	PROFECIONES
11:00am	APERTURA		RODAS OTAKUS				
11:30am	BANDAS CASTLE		LOTERIA PINK	RENTO DE CONSOLOS			PELEA
12:00pm	PROMOCION		OUTER INVEN	RENTO DE CONSOLOS		IMAGINAME	Pelea de Jujutsu: La Gran Batalla de los Dioses 15:00pm - 17:00pm
12:30pm	PRESENTACION		ENCUENTRO Y ENTREVISTA libro al Mundo Gamer	RENTO DE CONSOLOS		Lola Miguel Garcia	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 17:00pm - 19:00pm
13:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 19:00pm - 21:00pm
13:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 21:00pm - 23:00pm
14:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 23:00pm - 01:00am
14:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 01:00am - 03:00am
15:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 03:00am - 05:00am
15:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 05:00am - 07:00am
16:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 07:00am - 09:00am
16:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 09:00am - 11:00am
17:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 11:00am - 13:00pm
17:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 13:00pm - 15:00pm
18:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 15:00pm - 17:00pm
18:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 17:00pm - 19:00pm
19:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 19:00pm - 21:00pm
19:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 21:00pm - 23:00pm
20:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 23:00pm - 01:00am
20:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 01:00am - 03:00am
21:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 03:00am - 05:00am
21:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 05:00am - 07:00am
22:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 07:00am - 09:00am
22:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 09:00am - 11:00am
23:00pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 11:00am - 13:00pm
23:30pm	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 13:00pm - 15:00pm
00:00am	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 15:00pm - 17:00pm
00:30am	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 17:00pm - 19:00pm
01:00am	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 19:00pm - 21:00pm
01:30am	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 21:00pm - 23:00pm
02:00am	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 23:00pm - 01:00am
02:30am	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 01:00am - 03:00am
03:00am	RENOVO CASTLE	TALLER COUNARMO	ENCUENTRO Y ENTREVISTA SERGIO AREDELA	RENTO DE CONSOLOS		Equipo de Investigacion de Conspirators	Pelea de Jujutsu: Guerra de Dioses 03:00am - 05:00am

**TOURNOS NINTENDO CHIAPAS**  
 Para nuestro público Gamer del 3DS, se realizarán los siguientes torneos sin costo alguno.

**Eliminatoria de los torneos el Sábado 29 de Noviembre. Semifinales y finales al Domingo 30 de Noviembre.**

Mario Kart 7 Super Smash Bros Pokemon XY

Además habrá dinámicas con los juegos de:  
 Monster Hunters Animal Crossing

Mayores Informes Nintendo Chiapas

**ANIME CASTLE** **GREAT WARRIORS**

28 y 30 de Noviembre 2014  
 Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.  
 Domo del ISSTECH

mienta que utilizan los organizadores de los eventos sino, también se apoyan de distintas publicidades impresas como son los carteles que se pegan en puntos estratégicos de la ciudad y flyers repartidos en los lugares de más afluencia de jóvenes Otakus.

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

Depende de la publicidad realizada, el número de tiendas, los invitados especiales, la magnitud de espacio y las actividades que se realicen en un evento; este puede reunir de dos mil a cinco mil personas durante todo el fin de semana que se lleva a cabo el evento, y el costo de entrada de este tipo de convenciones va desde veinticinco a treinta y cinco pesos por persona y en algunos casos la entrada llega a ser gratis debido al lugar donde este se realiza.



Las convenciones son el centro de reunión por excelencia para los Otakus, incluso se preparan para asistir con meses de anticipación y se generan muchas expectativas sobre lo que podrán encontrar en las mismas, muchos se dedican a hacer cosplays, otros se preparan para participar en los concursos y otros van a apoyar a sus compañeros, suelen ir en grupos y reunirse una vez en el sitio de la convención, asistiendo todos los días que dure la convención (Balderrama & Pérez, 2009, p.36).

Estas convenciones son realizadas con el propósito de difundir la cultura oriental y son preparadas con un mínimo de seis meses de anticipación para que se puedan preparar adecuadamente y a la altura de las expectativas de los aficionados. Sin embargo cabe mencionar que a partir del año 2011 ha llegado a notarse un incremento en las convenciones realizadas en la Tuxtla Gutiérrez; debido a que unos años antes eran tres convenciones las que se contemplaban por año las cuales eran realizadas por los tres diferentes clubs con más tiempo en la ciudad sin embargo en el 2011 se presentaron cinco convenciones y a su vez la cancelación o postergamiento de algunas de las principales convenciones de la ciudad en los últimos años.

En este sentido podremos mencionar que este incremento se vuelve a hacer notorio en el año 2012 con la presencia de 3 eventos ya realizados en lo que va del año los cuales son: el Rakuen 8 bits (27 y 28 de enero), copa cosplay sur suroeste (3 y 4 de marzo) y Hanamatsuri (14 y 15 de abril); lo que mantiene a la expectativa a los Otakus sobre cuándo será la próxima fecha de un nuevo evento. Para Mc Carthy (citado por Arciniegas y Mora, 2010):

Estas convenciones de anime no son solo utilizadas para llevar a cabo propósitos educativos, sino que en ellas también significan para los Otakus una oportunidad para interrelacionarse con personas que comparten sus mismos gustos, intereses, e incluso visiones de la vida. En ellos pueden expresarse libremente, vestirse según su agrado, a veces bailar música compuesta por otros Otakus e incluso comidas comunes. (Arciniegas & Mora, 2010, p.36).

Los espacios en los que normalmente se llevan a cabo estas convenciones en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez son: el Domo del Isstech, el Teatro de la Ciudad Emilio Rabasa, el club rotario, el poliforum, el salón imperial y la Unicach.

Donde se han llevado a cabo eventos como: El Rakuen, la Copa cosplay sureste, Hanamatsuri, Anime Castle y Camelot. Cada una de ellas se lleva a cabo anualmente por lo general, algunas veces no se realizan por falta de tiempo de los clubs o por falta de dinero y no tienen un espacio fijo dentro de la ciudad.

Por lo general, la copa Cosplay Sur sureste se lleva a cabo junto a otra convención, a finales del mes de noviembre del 2014 se hizo junto al Anime Castle; la copa Cosplay se realiza en esta zona de la República mexicana y se ha llevado a cabo en el Domo del ISSTECH. Mientras Camelot se realizó en el Salón Imperial; el Rakuen en el Poliforum y por último el Hanamatsuri en el hotel Howard Johnson de la ciudad capital.

Este tipo de espacio por consiguiente viene a ser uno de los lugares de elección por excelencia y el que más características reúne sobre la cultura Otakus y su identidad. Cabe mencionar que las reuniones o las convenciones, no son los únicos espacios seguros en los cuales los Otakus tienen convivencia con gente a fin a sus gustos o donde puede llevar a cabo ciertas actividades también se encuentra el internet como un medio virtual seguro.

### **6] EL INTERNET**

Con respecto al fenómeno de la afición al anime y manga Giménez y Esteban (citados por Balderrama y Pérez, 2009) plantean:

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

El manganime es un fenómeno de masas muy extendido en Japón y occidente, hasta el punto de que más allá de una opción de diversión se ha convertido para los adolescentes y jóvenes en una intensa afición, que guarda, a su vez, una estrecha relación con la afición por los videojuegos. Y, precisamente, para los jóvenes es también internet el gran medio, sino en muchas ocasiones el único para acceder a la información (Balderrama & Pérez, 2009, p.33).

El Internet se ha vuelto la herramienta más esencial para la mayoría de los Otakus sino, que para todos ya que por medio de esta pueden lograr hacer consumo de sus mangas, animes y j-music favoritos sin la necesidad de gastar mucho dinero y en la comodidad de un cyber o de su casa.



Ver anime gratis online a través de páginas en las cuáles suben enlaces de megavideo, rapidshare, sevenload, JWplayer, entre otros. También están disponibles para verse desde Youtube donde la carga es más rápida pero los capítulos están divididos en tres partes (capítulo 1 parte 1, capítulo 1 parte 2, capítulo 1 parte 3) y la calidad no es tan buena, aunque se puede habilitar la tecla HQ (High Quality) para mejorar la calidad de imagen. Además de Youtube, también se puede ver a través de TU.TV y Veoh aunque este último no está disponible en nuestro país (Goldenstein, Goldenstein, & Analía, 2012, p.9).

Hay muchos programas y sitio de descarga para que el fanático pueda consumir los productos de entretenimiento oriental por medio de la red, sin embargo, Internet no solo sirve para que los Otakus adquieran los productos, también actúa como un espacio seguro de expresión para los integrantes de estos grupos de jóvenes aficionados a la cultura nipona.

La Internet es el lugar donde los Otakus tienen más libertades para expresarse, por todas las alternativas, herramientas y espacios que hay disponibles, por medio de las cuales pueden plasmar sus ideas, poner fotos, relatos, fan art y todo lo relacionado con el anime (Arciniegas & Mora, 2010, p.35).

Esta oportunidad de expresión que los fanáticos adquieren con el poder del internet se transforma en una gran herramienta para difundir mejor todo lo que saben sobre la cultura

oriental y para dar a conocer parte de los productos creativos que ellos mismos realizan por medio de páginas con foros en los cuales tiene la oportunidad de sociabilizar con las personas que son parte de estos.

En la red han establecido desde algún tiempo comunidades y redes sociales con algún interés común específico, como una serie, un personaje, un tema de discusión artístico, o simplemente la comunidad Otakus en un país determinado.

Esto les permite sentirse socialmente acompañados, apoyados, que pertenecen a un grupo que no los va a juzgar, sino que por el contrario va a valorar sus aportes y sus ideas (Arciniegas & Mora, 2010, p.35).

A través de los foros, y páginas especializadas en la afición al anime y manga logran mantener una perspectiva de sociabilidad con la gente a fin a sus gustos, sin necesidad de sentirse rechazado, sino al contrario sentirse como parte de una familia que se construye día a día y que se va actualizando en cuanto al uso de internet y sus redes sociales al es el caso que:

En la famosa red social Facebook hay más de 1800 grupos que están relacionados con Otakus, y en ellos miles y miles de personas hayan un respaldo social a sus ideas, hay inclusión, aceptación, respaldo y motivación para el apoyo al movimiento anime (Arciniegas & Mora, 2010, p.35).

Dentro de esos grupos encontramos a los grupos de Facebook los cuales normalmente suelen ser cerrados y en los cuales el interesado manda una invitación para ser aceptado por una persona encargada de administrar la misma página o grupo.

Existen 3 clubs o grupos de Otakus importantes: Otaku Fan Club (OFC), Anime Fantasy Club (AFC) y Anarchy Anime (AA). De las cuales solamente dos cuentan con fanpage, las que cuentan con esta página son: Otaku Fan Club (contando con 778 seguidores) y Anarchy Anime (contando con 537 seguidores), sus seguidores oscilan dentro de los 18-24 años de igual manera (Díaz, Jiménez & Martínez; 2014, p.103).

## **¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?**

Cuando se habla de los foros, las redes sociales, páginas de manga y anime, se cuenta la forma en la que el sujeto Otaku accede a los diferentes materiales, y como a su vez llegan a ver o comprar productos en internet. Este fenómeno que es característico de una convención, también se puede apreciar en Internet, volviéndose un fenómeno que trasciende.

Así la comunidad Otaku ha podido llevar a cabo cada una de sus prácticas dentro y fuera de los espacios que se les han brindado y a su vez logrado ir fortaleciendo su identidad. A través de cada una de estas prácticas que a continuación se irán dando a conocer.

### **2.3.2 PRÁCTICAS DE LOS OTAKUS**

Las prácticas Otakus van desde la vestimenta ocasional como ya se ha mencionado, así como la vestimenta para un evento (convención), el cantar canciones en japonés o dobladas al español de los animes mejor conocidas como opening o ending e incluso cantar las canciones de algunos grupos orientales; de igual forma una práctica que define a un Otaku claramente es el coleccionismo el cual puede ser en gran medida o solo con alguno que otro objeto ya que esa afición por obtener objetos relacionados a los animes que le gustan hace de esta práctica una costumbre; por último cabe mencionar que el Otakus desarrolla un gusto por consumir alimentos orientales que llega a ver en los animes o los mangas que lee entre los alimentos más comunes que se ven en este tipo de productos de entretenimiento son los makis o rollos de arroz con relleno de marisco y verduras adentro, los onigiri que son bolas de arroz; el ramen tan conocido por la mayoría y los famosos dulces llamados pockys los cuales son varitas de pan cubiertas ya sea de chocolate, fresa, vainilla o sabores especiales.

### **4) COSPLAY**

El término cosplay es producto de la combinación de dos palabras en inglés Costume y Play, es decir, que si se interpreta significa “juego de disfraces”.

## EDUCACIÓN E IDENTIDAD OTAKU

Resulta muy interesante ver cómo algunas personas miembros de la comunidad Otakus, se sienten tan atraídas por el movimiento social del que hacen parte, y llegan al punto de adquirir, o incluso elaborar los productos con los cuales se visten, e imitan los protagonistas de sus series favoritas de anime, como Naruto, o Final Fantasy (Arciniegas & Mora, 2010, p.30).

El *cosplay* ha dejado de ser una práctica solo por diversión y se ha vuelto algo profesional en el ámbito de la cultura Otakus siendo una actividad que requiere mucho tiempo, creatividad y dinero para llevarse a cabo ya que lo que pretenden los fanáticos *cosplayers* es lograr la perfección de la personificación de dicho personaje de anime o videojuego.

Algo muy importante para ellos y para su práctica *cosplay*, que resulta también muy curioso, es que los disfraces deben ser hechos por ellos mismos (Arciniegas y Mora, 2010, pp.30-31). Es muy importante para el Otakus que los *cosplay* que realiza sean de preferencia realizados por ellos mismos ya que adquieren un valor más grande ante los ya fabricados por tiendas especializadas en disfraces.

El Otakus desde sus inicios dentro del grupo conoce la práctica del *cosplay* interesándose y empezando a realizarlos por su propia cuenta como es de saber los primeros trajes realizados suelen ser sencillos y sin mucha complicación conforme se va consagrando el aficionado como un Otakus experto en este tipo de actividades va mejorando y dándole

Foto cortesía: Harumi Yamasaki  
Serna/Yuuko Ichihara de  
XXX-Holic (cosplay)



## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?



Foto cortesía: Harumi Yamasaki  
Serna/YSakura Hime de Tsubasa  
Chronicles (cosplay)

vida a cada uno de los personajes que llega a realizar.

Debemos poner especial énfasis en este elemento, ya que demuestra que no cualquiera es capaz de hacer un buen cosplay. Se debe tratar de un Otakus consagrado que invierte su tiempo, su esfuerzo y su gusto en elaborar, en recrear, en darle vida a una figura que aprecie en el televisor, en el computador, en un videojuego, libro, película, o comic, y que por alguna razón causa un impacto especial en su vida; que hace que él se quiera vestir como él, y con sus propias manos trate de quedar lo más parecido posible al personaje (Arciniegas & Mora, 2010, p.31).

En sus inicios esta práctica era realizada solo en Japón pero debido a su gran aceptación ésta se extendió por todo el mundo llegando a cada uno de los países en donde existen los grupos de Otakus quienes la llevan a cabo con orgullo y una gran dedicación.

Debido a la gran acogida que este tipo de reuniones tuvo en los amantes de anime, porque les permitía explorar una nueva dimensión social de su afición, esta práctica fue creciendo y ahora no es exclusiva del país del sol naciente, sino que traspasó fronteras y se efectúa en la mayoría de países donde hay amantes de esta forma de expresión, que es el anime. Incluso se ha visto que el cosplay ha ido más allá de las reuniones y convenciones de Otakus, por ejemplo, muchos de ellos lo hacen cuando hay un estreno de una película, en una concurrida sala de cines (Arciniegas & Mora, 2010, p.31).

Se mencionó que el cosplay necesita una gran dedicación y esta se refiere principalmente a la creatividad y el tiempo dedicado para realizar los trajes que en algunos casos llegan a ocupar hasta meses para que estos puedan quedar terminados y logren ser presentados por el Otakus ya que en ocasiones se necesitan conseguir accesorios en específicos que ayudaran a que se logre una copia exacta del personaje que se desea cosplayer.



Para los Otakus, la preparación de un cosplay es algo de gran trascendencia. No se trata de algo superfluo que se puede cuadrar una semana antes de la exhibición del disfraz. Para ellos es muy importante en su rutina de vida dedicar un largo periodo de tiempo a la preparación de su atuendo. Se debe tener en cuenta la constitución física, a qué personaje es más fácil parecerse, qué telas buscar para elaborar el traje, qué maquillaje emplear y cómo, cuál va a ser el peinado a utilizar, qué artículos adicionales se deben conseguir para hacer que quede lo más parecido al protagonista en cuestión (Arciniegas & Mora, 2010, p.31).

Pero el hacer cosplay no solo significa realizar el traje completo de manera creativa y conseguir todos los elementos para llevarlo a cabo, sino también implica el tener las características físicas precisas del personaje como el color de cabello, color de piel y el color de los ojos.

Hacer cosplay incluye también cambios a nivel físico como usar pelucas, pintarse el cabello o usar extensiones y usar lentes de contacto del mismo color de los ojos del personaje, lo cual puede ser crítico al momento de hacer el cosplay, dado que en el anime y en los videojuegos la gama de colores es extensa y no es fácil encontrar en el mercado nacional pelucas o lentes de contacto de los colores que se precisan (Balderrama & Pérez, 2009, p.39).

### **13) KARAOKE**

El karaoke es una práctica que se da mucho debido al consumo de estos productos como el anime y los doramas los cuales cuentan con un mínimo de dos canciones por cada una de ellas.

Esta práctica se ha vuelto muy común dentro de los Otakus; el cantar los opening y ending de los animes que ven o las

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

canciones de los artistas japoneses es uno de los pasatiempos favoritos del aficionado debido a que lo puede hacer tanto en japonés como en español.

Cabe mencionar que debido a que es una actividad muy popular de los aficionados a la cultura oriental; esta se ha vuelto una actividad muy concurrida en las convenciones donde se premia a la persona que mejor cante; logrando que muchos de los Otakus se preparen y ensayen antes de cada evento para lograr ser el ganador.

### **C) TRADING CARD GAME**

Se trata de un tipo de juegos de mesa y cartas que están relacionados con las series de anime. En esta rama de la cultura Otaku local, los dos juegos más mencionados y conocidos son el Yu-gi-oh, el Magic y Pokémon. Estos tienen más o menos la misma dinámica.

El juego de cartas Yu-Gi-Oh! es distribuido por Konami, la empresa encargada de hacer los juegos de la serie, y que ha tenido mucho éxito con sus seguidores. El juego nació de un anime sobre duelistas que combaten con mazos de cartas, que tiene un TCG (Trading Card Game). Como anime y



# Yu-Gi-Oh!

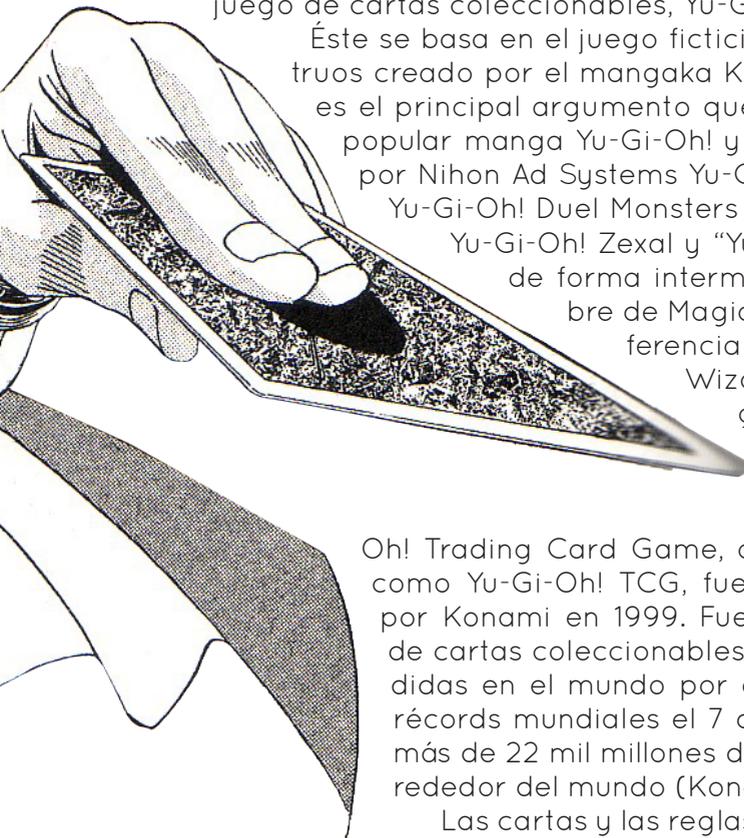
juego de cartas coleccionables, Yu-Gi-Oh!

Este se basa en el juego ficticio de Duelo de Monstruos creado por el mangaka Kazuki Takahashi, que es el principal argumento que se desarrolla en su popular manga Yu-Gi-Oh! y en la series creadas por Nihon Ad Systems Yu-Gi-Oh! Duel Monsters, Yu-Gi-Oh! Duel Monsters GX, Yu-Gi-Oh! 5D's y Yu-Gi-Oh! Zexal y "Yu-Gi-Oh! R" (aparece de forma intermitente y con el nombre de Magia y Hechiceros, en referencia al juego de cartas de

Wizards of the Coast Magic: el encuentro, en la versión japonesa del manga de 1998, Yu-Gi-Oh!). Yu-Gi-

Oh! Trading Card Game, a menudo abreviado como Yu-Gi-Oh! TCG, fue el primero lanzado por Konami en 1999. Fue nombrado el juego de cartas coleccionables con cartas más vendidas en el mundo por el Libro Guinness de récords mundiales el 7 de julio de 2009, con más de 22 mil millones de cartas vendidas alrededor del mundo (Konami; 2009).

Las cartas y las reglas del juego de ficción son enteramente creadas para seguir la tra-



## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

ma de la historia, y no son ingresadas al juego real de cartas sin previas modificaciones. Konami ha producido la mayoría de las cartas nombradas por Takahashi, con los poderes que él les da. Las reglas del juego de cartas coleccionables son muy distintas de las del juego de ficción. Son más coherentes y equilibradas y no cambian como lo hacen en los contextos de ficción.

**Cómo se juega:** En este juego, dos jugadores se enfrentan en Duelos utilizando una variedad de Cartas de Monstruo, Mágicas y de Trampa para derrotar a los monstruos de su adversario y ser el primero en reducir a 0 los Puntos de Vida del otro (libro de reglas yugi).

El Otakus que juega yugi suele tener gran habilidad para pensar en sus estrategias y tácticas que utiliza para manejar las cartas que tiene en su deck, en la mano y en el campo de batalla. Esto resulta muy atractivo para aquellas personas que les gusta los juegos donde ponen a prueba sus habilidades de estrategias y conocimientos sobre su oponente en el duelo.

Los Torneos suelen ser organizados por los mismos jugadores o por tiendas de cartas. Además, Upper Deck (quien tenía los derechos de TCG), Konami, y Shonen Jump han organizado numerosos torneos a nivel mundial y con diferentes sistemas

y reglas dependiendo del área. Estos torneos atraen a centenares de jugadores que compiten por el premio.



## 5] VIDEOJUEGOS

En cualquier caso el mundo del videojuego, al igual que sucede con el cine, por ejemplo, no es en absoluto ajeno a todo lo relacionado con el anime. No

solamente podemos encontrar muchísimos títulos basados directamente en series de animación japonesas, sino que existen multitud de juegos que, partiendo de ideas originales, tienen una estética idéntica a la que podemos encontrar en estos productos de entretenimiento oriental.

El mercado de los aficionados Otakus es donde manga, anime, videojuegos y merchandising van de la mano en todo momento y se complementan a la perfección para lograr el consumo del joven consumidor de productos de entretenimiento oriental.

Y son los videojuegos los que dan el toque de adrenalina a los jóvenes Otakus que los consumen. Son estos un universo nativo que puede alcanzar un éxito y popularidad más grande que el de los propios animes de donde se derivan los videojuegos.

### **E] COLECCIONISMO**

Cuando se menciona el coleccionismo se está hablando del apasionante mundo de las colecciones las cuales van desde solo tener todos los tomos de un manga hasta tener un cuarto decorado completamente con figuras de acción, mantas, dibujos, stickers, muñecos de peluche, y todo aquel artículo que haga alusión al anime preferido del Otakus.

Este tipo de prácticas es muy común en los aficionados al anime/ manga que tratan de obtener cosas representativas de aquellos animes que le han provocado algún interés al verlos; sin embargo, cabe mencionar que el coleccionismo siempre se ha referido más para las figuras de acción.

Una observación más importante de este fenómeno, es que el anime, en este caso materializado en figuras de acción, no solo es consumido por el Otakus, sino que es utilizado para construir la realidad personal, para dar una re significación a lo que esa figura representa en un nuevo espacio, que puede ser una habitación, una sala, o por qué no, la casa completa donde se habita (Arciniegas & Mora, 2010, p.35).

Este tipo de fenómenos es visto comúnmente en algunos Otakus quienes decoran y pintan su cuarto de acuerdo a un anime que les haya impactado en el momento que lo vieron

## ¿TRIBU URBANA O COMUNIDAD?

por lo que el motivo de decoración de cada espacio del cuarto empieza a pasar de ser un solo coleccionismo de figuras y objetos relacionados a un anime a ser parte de una significación especial que le da el joven Otakus al objeto.

Otro elemento interesante que vale la pena rescatar es por qué un Otakus quiere tener una figura de un personaje determinado en el espacio en que vive, en el sentido de si ella sirve como modelo para lo que quiere configurar como su propia personalidad. Es probable que al traer estos elementos a la vida personal de él o ella, un Otakus quiera adquirir o inspirarse en características que percibe en el mismo, y hacerlas parte de su vida diaria (Arciniegas & Mora, 2010, p.35).

### F) CONSUMO DE ALIMENTOS JAPONESES

Esta práctica es muy común ya que dentro del anime y manga que comúnmente consumen los Otakus se muestran diferentes alimentos y bebidas que son de consumo diario en la cultura oriental como es el caso de los makis, el onigiri, el ramen, el sake (licor japonés de fuerte sabor elaborado en base a arroz fermentado) y las golosinas como los pockys (palitos de pan con cobertura de diferentes sabores).

Por otra parte, los pockys se han colocado en la cima con respecto al gusto de los Otakus para las golosinas siendo estas las más consumidas y conocidas por el joven aficionado. Éste dulce lo suelen conseguir en las convenciones o en

las tiendas de anime que existen en la ciudad donde su precio oscila desde los treinta y cinco pesos hasta los cien pesos, variando su presentación y los sabores de la golosina siendo chocolate, vainilla, fresa, café, o almendrados entre otros los más conocidos por la población Otakus.



# **CAPÍTULO 3**

## **LA LLEGADA DE LA CULTURA NIPONA A MÉXICO Y EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS**

**P**ara adentrarnos en la historia y todos aquellos datos relacionados con los Otakus en México y Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, empezaré por realizar un recorrido breve sobre cómo surgen los productos de entretenimiento oriental que llevan a cabo la labor de difundir y expandirse por varios países del mundo entre los cuales se encuentran los países latinoamericanos como son: Perú, Chile, Argentina y por supuesto México siendo este el país de llegada principal y difusor para los demás países de América latina.

Ya que a partir de la industrialización de estos productos se difunden y se crea un consumo de productos de entretenimiento oriental. De esta manera se entiende por industrias culturales a:



Aquellas que producen, reproducen, difunden y comercializan bienes y servicios culturales reproducibles a escala industrial siguiendo criterios económicos y al mismo tiempo cumplen un papel importante en la definición de las sociedades, como la radio, la televisión, el cine, la industria musical, la publicidad, los libros y los periódicos, por cuanto en estas expresiones se conjugan el aspecto económico, comercial y socio-cultural (Umaña & Caro, 2004, p.108).

## EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS

Las industrias culturales, como se le llaman a aquellas que por medios de productos de entretenimiento reproducen y difunden aspectos culturales de una sociedad, han ganado amplio terreno al establecer las pautas que individuos y grupos sociales han de seguir como parte de sus procesos identitarios.

Analizando desde un punto más ideológico a las industrias culturales estas son definidas por Barbero, Barrios y Bisbal (citados en Santamaría, 2012) como:

Un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares, productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y deslinda, finalmente, con una función de reproducción ideológica y social (Santamaría, 2012, p. 26).

Por lo que estos contenidos simbólicos de los productos de entretenimiento que distribuyen las industrias culturales vienen a ser aquellas que logran cierta identificación con el consumidor quien puede adoptar parte de las ideas culturales que estos productos les ofrecen.

Por otra parte, las industrias culturales son parte de la cultura que abarca el conjunto de los procesos sociales de significación como son: los de producción, circulación y consumo de las significaciones en la vida social.

Cabe mencionar que al llevarse a cabo un conjunto de actividades sociales de las industrias se está creando una nueva ideología cultural en la sociedad; por lo que en la actualidad parece darse una explosión de productos culturales que inunda todo el mundo.

Es por ello que las industrias culturales tendrán como objetivo crear los productos de entretenimiento que son una diversión y tendrá la intención de fijar la atención del individuo o de una audiencia o sus participantes en él.

Es importante recordar que los productos y servicios culturales representan un refrendo de la identidad debido a los símbolos, signos e ideas que divulgan, y que son propios de una comunidad o nación, pero que también –en muchos de los casos– se trata de

bienes creativos, patrimoniales, que por su naturaleza le dan un carácter único, en contraposición a la lógica globalizante (Santana, 2008, S/p).

En esta investigación se entiende por productos de entretenimiento oriental a aquellos productos producidos en Japón o Corea con los cuales el joven Otakus de México logra conocer la cultura oriental de este país productos como: el manga, el anime, la j o k-music, los doramas y accesorios.

Es aquí donde se hace presente con mayor fuerza la cuestión de las industrias culturales con los productos de entretenimiento oriental que por medio de ellos transmiten su cultura a otras naciones como es el caso de Japón/Corea-México quien ha aceptado ciertos productos culturales de este país para que sean del consumo de su población.

El lugar que ocupa cada país en el mercado internacional de productos culturales será proporcional al vigor de sus industrias culturales y a la calidad de su producción cultural. Esto puede deparar a cada país o a cada región del mundo la ocasión de dar a conocer lo más universal de su cultura o, por el contrario, dejarse avasallar por la producción cultural de los países con mayor capacidad económica (Pescador, 2008, S/p).

Estas industrias culturales que atacan a los países menos desarrollados no solo se encargan de dar entretenimiento sino de transmitir su cultura a otras naciones como es el caso de los países orientales con sus productos dentro de los cuales por ser los más conocidos y los que generan el éxito de los demás productos como accesorios, comidas, utensilios y vestuarios consideramos al “manga” y “anime”.

Vale la pena destacar que si bien es cierto, el manga es una creación japonesa con influencia de occidente, su desarrollo ha sido muy diferente al cómic estadounidense y a cualquier otra expresión gráfica. Las historias poseen una trama argumental profunda y compleja (dualidad comedia/tragedia, desfilan diferentes aspectos de la vida, anécdotas de la rutina diaria, sentimientos íntimos de las personas comunes y corrientes, son fantasiosos e

## EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS

imaginativos al extremo, violentos y con finales no siempre felices), referencias culturales (influencia del budismo, sintoísmo, bushido y de occidente, el cristianismo) y diferentes espacios narrativos (historias desarrolladas en Japón, China, Estados Unidos y otros países europeos) (Cobos, 2010, p.4).

Características que van de la mano para lograr el impacto necesario en los jóvenes consumidores del producto y a través de los cuales se logra crear la identificación con los mismos y de esta manera se lleva a cabo el reconocimiento del producto y a su vez la aceptación y demanda del mismo en los diferentes lugares donde este se ha distribuido; es así como:



La revolución del manga y su forma actual -y en esto coinciden todas las referencias bibliográficas- se debe a Osamu Tezuka, que en el período posterior a la Segunda Guerra Mundial le dio un nuevo impulso y diferentes características. Tezuka, admirador de Disney en el Japón Norteamericanizado de la posguerra, fruidor habitual del cine europeo, produjo innovaciones que marcaron a toda una generación en la historia de las caricaturas. Médico de profesión, debuta en 1945, a los 17 años, como caricaturista del diario Mainichi, de la ciudad de Toyonaka donde vivía. Un año después crea La nueva Isla del Tesoro, un manga de doscientas páginas que se convierte en un éxito de ventas. Allí ya desarrolla los elementos característicos de su estilo: los grandes ojos que otorgan expresividad a los personajes, la cualidad cinemática de sus series gráficas, los acercamientos en los planos, la diversidad de temas y los finales no siempre felices, reconocibles fácilmente como rasgos típicos de la producción de Tezuka, influyeron en la siguiente generación de animadores y dibujantes. El estilo cinemático implica el uso de diferentes perspectivas y efectos visuales que operan “descomprimiendo” la escena; una acción, por ejemplo, puede desarrollarse a través de muchos cuadros y varias páginas. Para el manga, la profusión de texto resulta innecesaria, las escenas son suficientemente claras como para necesitar palabras que las expliquen. Esta austeridad de lenguaje verbal es uno de los factores que colaboran en hacer más rápida la lectura. Los mangas se leen a una velocidad asombrosa, a razón de una página cada 3,75 segundos. Una revista de tamaño estándar (320 páginas) se lee completamente en veinte minutos (Papalini, 2006, p.5).

Es esta rapidez de lectura de los mismos productos que facilita y atrae la atención de un público joven el cual incluso no tiene un hábito lector pues se vuelven hasta más visuales e incrementando como ya se ha mencionado el consumo de los mismos mangas por día de los jóvenes aficionados a estos productos; ya que al ser productos con poco lenguaje verbal hizo más fácil que este pudiera distribuirse y traducirse de manera más sencilla para su consumo en otros países a partir de que Tezuka lo hace posible; es así como:

**El manga, es el medio de comunicación más importante, y supera incluso a la televisión, pues en la actualidad se publican más de 300 revistas semanales. Los manga ocupan el 25% del facturado total del mercado editorial japonés**

Japón constituye el mayor mercado mundial de historietas, teniendo en cuenta el número de publicaciones, su tirada y la diversidad temática. Según Scolari, es el medio de comunicación más importante, y supera incluso a la televisión, pues en la actualidad se publican más de 300 revistas semanales. Los manga ocupan el 25% del facturado total del mercado editorial japonés. (Papalini, 2006, p.35).

Lo que lo ha llevado a volverse uno de los productos de entretenimiento oriental con mayor aceptación y demanda tanto en su país de origen como en otros países del mundo en el que su distribución ha ido aumentando y es considerada importante dentro flujo económico que se obtiene a partir de las industrias culturales; a partir de ello cabe destacar que:

Desde sus primeras etapas de experimentación, los estudios y productores de anime estuvieron influenciados por la obra de Walt Disney. La verdadera industria de la animación japonesa tal como se le conoce hoy en día fue obra del ya mencionado Osamu Tezuka, quien, como ya se comentaba, estuvo también influenciado por la obra de este animador estadounidense. (Cobos, 2010, p.8).

## EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS

Y a partir del cual se empieza a dar un gran despliegue y conocimiento de la cultura Japonesa a partir de los mangas y animes que se producían logrando que aquello que se le conocía como algo proveniente de este país pasara de ser no solo algo de otro país sino algo que venía del otro lado del mundo que en muchos escritos y estudios académicos se le empezaba a denominar “oriente” y es de ahí donde lo oriental pasa a ser todo aquellos productos que provenían de países que se encontraban del otro lado del mundo como Japón, Corea, China, Taiwan, entre otros de manera que lo que:



Lo japonés no solamente implica un desafío al conocimiento sino a los preconceptos de los que se carga “Oriente” -denominación genérica en donde se subsume la diferencia- aun en estudios académicos...resulta relevante prestar atención a las marcas de producción y circulación de los manga y anime: ellas otorgan especificidad al objeto de estudio y sitúan el proceso cultural analizado en un encuadre histórico y social singular, cuyas claves se intenta interpretar (Papalini, 2006. p.3).

Debido a que estos productos se han vuelto parte importante dentro de los mercados de comercio, distribución y difusión de las industrias culturales se han hecho acreedoras a una variedad impresionante de artículos o mercancía relacionada con ellos que a su vez han ayudado a que estos logren ser más vistos y conocidos dentro del público joven.

Industrias niponas del manga y anime trabajan estrechamente con las empresas de videojuegos, de estudios de cine (producción de live action), musicales, editoriales (libros) y de merchandising (Cobos, 2010, p.12).

Características de los productos que logran acoplarse a una serie de reglas y lineamientos que van acorde a un sistema económico empleado en occidente y que provoca que oriente a partir de dar a conocer sus productos y distribuirlos sea retribuido con ciertos beneficios como es el económico y dentro del cual se mantiene en un proceso globalizador del mismo.

La promesa de beneficios incentiva la integración de las historias niponas a la oferta occidental. Se agregan además algunas razones propias de la globalización de las industrias culturales: un ritmo de producción crecientemente veloz que obliga a producir material de manera continua y un público amplio y diverso, exigen recolectar material de todos los territorios y de todas las culturas (Papalini, 2006, p.42).

Contribuyendo al proceso de globalización donde la población es partícipe del intercambio de información y de conocimientos culturales y principalmente intercambios económicos en los que se mueven y se apertura los espacios para que estos productos sean conocidos y en algunos casos aceptado y apropiado por cierta población.

### 3.1 LLEGADA DE LA CULTURA NIPONA A MÉXICO

La llegada del anime a América Latina se ubica en la década de los 70 con la transmisión en televisión de las primeras series dobladas al español, en países como México, Perú, Chile y Argentina: Heidi (del director Isao Takahata basado en la obra de la suiza Johanna Spyri), Princesa Caballero (de Osamu Tezuka), Candy Candy (de Kyoko Mizuki y Yumiko Igarashi) y Meteoro (de Tatsuo Yoshida) (Cobos, 2010, p.13).

Con la cual empieza a haber una ligera apertura a estos contenidos que en muchos casos no eran conocidos como animes, sino, como caricaturas de las cuales se desconocían que eran de procedencia oriental o japonesa por decir un país más específicamente. Volviéndose un medio de gran expansión para Japón, siendo un producto de entretenimiento comercial tanto en oriente como en occidente lo que ha ocasionado un fenómeno cultural en la mayoría de los jóvenes.

Cabe mencionar que durante los años 70 y 80 la palabra que se utilizaba para denominar a las caricaturas japonesas que eran animadas era “*japanimation*” palabra que:

## **EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS**

Proveniente de las palabras inglesas *japanese animation*, pero a partir de los 90 's, el término dejó de usarse de forma internacional, no obstante, sigue sirviendo en Japón para marcar una diferencia entre las animaciones hechas en el país y las extranjeras (Camacho, 2011, p.12).

Sin embargo fue en la década de los 90 cuando estas caricaturas japonesas/ anime toman fuerza en México y varios países de Latino América con la emisión por televisión abierta de más de un anime los cuales se volvieron parte importante de la historia del anime y manga en México al ser iconos emblemáticos de más de una generación de aficionados a estos productos, como por ejemplo: *Dragon Ball*, *Ranma 1/2* y *Sailor moon* como algunos de los principales animes que abrieron por completo el camino de estos productos para lograr posicionarse dentro del gusto de los niños y jóvenes de esa década. Por lo que en los siguientes apartados de este capítulo hablaremos de este traslado del producto y consigo de la cultura oriental hacia otros países centrándonos en México hasta llegar a conocer como este es difundido y conocido en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

### **3.1.1 CÓMO SURGE EL TRASLADO DE LA CULTURA ORIENTAL A OTROS PAÍSES**

Es así como el éxito de los productos de entretenimiento oriental manga/anime/doramas/J y K- music no solo quedo en su país de origen sino que a su vez estos lograron ser exportados a otros continentes como a Europa y América dentro de los cuales figuran países como España, Estados Unidos, Perú, Chile, Salvador, Colombia, Argentina y México.

Es así como:

Los países de habla inglesa son los mayores consumidores de anime y manga. Viz Media de Estados Unidos es el principal distribuidor (cuenta con las licencias de los productos de Shogakukan y Shueshia: manga, anime, OVA, películas animadas, merchandising, revistas, revistas manga, etc.) y en 1996, Walt Disney Studio firmó un acuerdo con Estudio Ghibli para la distribución de las películas del cineasta Hayao Miyazaki (ganador de un Premio Oscar

en el 2002), que se han proyectado dobladas al español en los cines latinoamericanos: Sen to Chihiro no Kamikakushi (El Viaje de Chihiro), Hauru no Ugoku Shirou (El Increíble Castillo Vagabundo) y la más reciente Gake no Ue no Ponyo (El Secreto de la Sirenita). Es de resaltar que a pesar de que son distribuidas por Disney, sus lanzamientos carecen de la macro estrategia publicitaria en medios que acompaña a sus propias producciones de cine animado (Cobos, 2010, p.13)

A pesar de la poca difusión a través de las estrategias publicitarias que implementó Estados Unidos para estas producciones; esto no impidió el proceso de expansión del producto lo que lo llevo a darse a conocer en América Latina donde:



Astroboy fue el primer anime en ser exportado hacia occidente y se ha considerado como el detonante del boom de la animación japonesa en estos países. Es importante mencionar también, que el modelo de tomar los manga más exitosos y llevarlos a la televisión en formato anime sigue utilizándose actualmente (sucede por lo menos con el 90% de la oferta, se han dado pocos casos donde la serie animada surge sin el manga, como fue Shin Seiki Evangelion más conocido como Neon Genesis Evangelion, o este surge a partir de un videojuego, como fue Pokémon) (Cobos, 2010, p.8).

De esta manera al lograrse un éxito con los animes que eran transmitidos por televisión abierta en México y abrir las puertas a la llegada de más producciones de animación oriental al país y estos a su vez siendo transmitidos a otros países de América Latina tiempo después.



En los 80 continúa la transmisión por televisión abierta expandiéndose a más países como Venezuela, Guatemala, República Dominicana, Colombia y Puerto Rico, entre otros. Llegan las primeras cuyos protagonistas son robots gigantes. Mazinger Z, El Vengador, El Gladiador (todos de Go Nagai), El Galáctico (de Leiji Matsumoto), Robotech (también conocido como Macross de Haruhiko Mikimoto), Supermagnetron, Voltron y Arbegas, el Rayo Custodio. También se emitieron series como Kimba, el León Blanco (de Osamu Tezuka), Remi (basado en la novela del escritor francés Hector Malot), Las Aventuras de Gigi, José Miel (también conocida como Abejita Hutch) y La Abeja Maya (Cobos, 2010, p.14).

## EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS

### 3.1.2 COMO SE DA LA LLEGADA A LA CAPITAL MEXICANA

En los 80 comienzan y toman mucha fuerza las historietas para adultos, aquella historieta nacional que era una historieta típicamente familiar como mencionó en entrevista Francisco Jiménez, editor de comics y de mangas en Panini Comics México:

En México se hacía: Memin Pinguin, Lágrimas, Risa y Amor, Kalimán, El Santos, Los agachados del río, todas las revistas que se hacían en México las podía leer toda la familia, y las extranjeras como pequeña Lulú, El pájaro loco, El conejo de la suerte, Superman y Batman que también las podía leer toda la familia esto hasta los 80 fue una lectura netamente familiar (F. Jiménez, comunicación personal. 2014, septiembre 18)

Mientras que en los por los 80 hubo algunos pequeños indicios de muestras del arte japonés principalmente por televisión abierta donde hubo antecedentes como: El león Kimba, El león blanco, Candy Candy y una que tuvo muchísimo éxito fue Heidi como parte del arte japonés.



Durante las dos primeras décadas, los programas se transmitieron a la par de los dibujos animados producidos en los Estados Unidos y bajo la etiqueta de caricaturas para niños, el término anime era desconocido. Los 90 pueden considerarse como el boom en Latinoamérica con la emisión de series como Los Caballeros del Zodíaco (de Masami Kurumada), Ranma 1/2 (de Rumiko Takahashi), Dragon Ball (de Akira Toriyama), Supercampeones (de Yoichi Takahashi), Sailor Moon (de Naoko Takeuchi) y Las Guerreras Mágicas (de CLAMP) (Cobos, 2010, p.14)

Es ahí donde inicia con mayor fuerza esta preferencia y gusto de los jóvenes hacia aquello que en un principio conocían como caricaturas japonesas y en la cual se empieza a dar a conocer el producto por su nombre “anime” pues la televisión fue uno de los principales actores con el que este producto logro a obtener el lugar que hoy en día tiene con la preferencia de los jóvenes aficionados a él; pues lejos de ser transmitido por TV abierta este logro colocarse en canales de cable permitiendo se lograra una mejor expansión del mismo en otros países.

El advenimiento del servicio de televisión por cable permitió en los diversos países la sintonización de canales de otros países (especialmente mexicanos) donde se transmitían las series y por primera vez al género anime se le reconoció como tal y se le diferenció de las otras caricaturas (Cobos, 2010, p.14)

Sin embargo es en los años 90 resalta la euforia del producto porque en Europa triunfa rotundamente Caballeros del Zodiaco, Dragon Ball en México no se hace esperar ocasionando el mismo efecto.



De Europa pasa a Estados Unidos y en México no se hace esperar, ya en los 90's, entonces entra fuerte en la televisión Caballeros del Zodiaco por canal 13 un programa que lo pasaban en la mañana, al medio día y por la tarde, o sea a la hora que fueras a la escuela no te importaba porque tú no te perdías un capítulo ya que se transmitía tres veces en un día el mismo capítulo, tuvo muchísimo éxito, al ser de TV Azteca, de inmediato Televisa contrata Dragon Ball y es el acabose, después viene Mikami la caza-fantasma y se instala el anime muy muy fuertemente en México, mangas no realmente lo que se veía del arte japonés es a través de la televisión del anime (F. Jiménez, comunicación personal. 2014, septiembre 18).

Posteriormente a este acontecimiento en los 90 también los mangas se comienzan a hacer presentes un poco más en México a través de una de las editoriales más famosas y conocidas del país la cual era Editorial Vid quien aprovecha su posicionamiento en el país para lanzar al mercado los mangas.



Editorial Vid en los 90 era una editorial muy muy fuerte y decide comenzar a traer Dragon Ball; lo comienza a publicar en tamaño comic grande a la gente no le gusta y decide irse al formato original, que es un librito de 200 páginas y de ahí para el real pues empieza Dragon Ball luego viene Video Girl, luego viene XC Clam y vienen todas las grandes obras triunfadoras en Japón, en Europa y los estados Unidos y es así como con un buen gusto se va hacia un nuevo género como lo es el manga japonés se va instalando en el gusto mexicano, estoy hablando de mediados de los 90, 97 y 98, surge Dragon Ball, llega el año 2000 y ya para el 2000 ya hay como 5 o 6 diferentes series en manga y todas con

## EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS

mucho éxito, y claro también siguen triunfando las series en la televisión, pero el manga se va instalando poco a poco, como un nuevo género dentro del gusto juvenil (F. Jiménez, comunicación personal. 2014, septiembre 18).

Cabe señalar que estas series de anime logrando tal éxito que las empresas dedicadas a merchandising no tardaron en hacer uso de ese éxito y a su vez con el lograr aún más un posicionamiento de estos productos anime/manga en el mercado. Es así como:



El éxito de estas series hizo comercializar por primera vez merchandising oficial, puntualmente las figuras de acción de Los Caballeros del Zodiaco y Dragon Ball. Por otro lado, se empezaron a subtítular comercialmente los primeros manga por la Editorial Ivrea en Argentina, y la Editorial Vid y la Editorial Toukan (ahora extinta su división manga) en México. Estos se distribuyen de forma masiva en sus respectivos países y por canales alternativos al resto del continente, es decir por importación de alguna tienda específica no porque las editoriales tengan canales de distribución oficialmente establecidos fuera de sus países de origen, tendencia que continúa hoy en día (Cobos, 2010, p.14-15).

**El éxito del anime y manga en Latinoamérica se aborda desde tres perspectivas: el diseño de animación, la forma narrativa, y las historias y sus personajes.**

Es interesante ver cómo estos productos a través de los años han abierto su propio camino en diferentes países del mundo colocándose en el gusto de los jóvenes; situación que hace pensar y querer entender que es lo que se ve o transmite a través de estos productos hacia el espectador joven que logra esta conexión con el individuo volviéndolo un fanático del mismo por lo que investigadores como Vanina Papailini en su libro Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario

social nos menciona tres perspectivas dentro de las cuales se

creo el anime manga han logrado la preferencia y el gusto del joven por ellos. El éxito del anime y manga en Latinoamérica se aborda desde tres perspectivas: el diseño de animación, la forma narrativa, y las historias y sus personajes.



Los héroes puros e incorruptibles, con una pauta de acción fija, previsible e invariablemente correcta generan el mismo desinterés que una prédica moralizante. Los grandes relatos pierden popularidad, mientras la ganan las historias momentáneas, con personajes de ánimos variables e imperfectos, incluso, insoportablemente caprichosos como el de Sailor Moon. El personaje frío y sin contradicciones es muy poco valorado, prefiriéndose la emotividad, la fantasía, la acción inesperada y un héroe capaz de cometer errores (Papalini, 2006, p.43).

Parte muy importante dentro de este éxito como lo mencionó Papalini son la personalidad de los personajes muy independientemente de la trama que tenga el anime puesto que en el recae gran parte del éxito o no de la caricatura japonesa puesto que es a partir de que el joven que lo ve logre o no una identificación con el mismo.



En el marco fantasioso del grupo de las producciones japonesas importadas, los personajes se vuelven verosímiles: son contradictorios, se equivocan, tienen malos sentimientos y sienten impulsos eróticos, pareciéndose notablemente a sus públicos y sus vivencias. Al contrario de lo que sucede con la historieta norteamericana clásica, los manga siempre han tenido contacto con la vida cotidiana, lo que facilita la identificación con los personajes centrales. No se trata de gente increíble haciendo cosas extraordinarias, sino de gente común haciendo cosas normales en un marco imaginativo y lleno de misteriosas referencias a develar, con toda la complejidad de las acciones en donde los malos no lo son tanto ni los buenos son perfectos; el bien no siempre triunfa y los finales pueden no ser felices (Papalini, 2006, pp.43-44).

Siguiendo con las tres perspectivas que menciona Papalini toca hablar un poco sobre la trama o historia de los animes/mangas se vuelven impredecibles logrando un suspenso constante que atrapa al espectador desde el comienzo al suscitarse

## EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS

cuestiones o acontecimientos inesperados que le pueden o no dar diferentes giros a la propia historia es así como el periodista Manuel Angulo Ruiz escribe en su artículo “la conquista de América Latina por el anime” citado por Cobos que:



Aunque para los canales de televisión y posiblemente para el público infantil estos dibujos animados no distaban mucho de las producciones japonesas, había diferencias significativas. Más allá de los elementos gráficos obvios, quizás la principal de ellas estaba en que los cartoons estadounidenses usualmente se enfocaban en contar una historia completa a lo largo del capítulo, sin que hubiera una trama que se desarrollara a lo largo de la serie. Este no es el caso de los anime japoneses, en los que sí se daban cambios significativos a lo largo de los episodios, con la evolución de sus personajes, su progresión en el tiempo (tanto en edad como en experiencias), incluso el fallecimiento de algunos personajes populares, algo impensable en la mayoría de series animadas estadounidenses previas a la mitad de la década de 1980 (Cobos, 2010, p.15).

Esto conllevó a que el anime lograra cada vez colocarse más en el gusto de los jóvenes receptores de los productos y que año tras año este gusto se volviera cada vez más fuerte y contribuyera a la llegada de más de tres animes transmitidos en canales de televisión abierta al grado de que:



Para la década del 2000 el anime ha incrementado su frecuencia (se transmiten cada vez más series aunque el número es ínfimo comparado con lo que Japón produce anualmente). Estas se emiten tanto por televisión abierta en diferentes países como por canales privados vía cable o satélite (Cartoon Network, Animax -antes Locomotion-, Magic Kids -ahora extinto-, entre otros). Es de recordar series como Sakura Card Captor (de CLAMP), Inuyasha (de Rumiko Takahashi), Pokémon (de Nintendo), Neon Genesis Evangelion (de Gainax), Naruto (de Masashi Kishimoto), entre otras. (Cobos, 2010, p.16)

Que han sido de los animes más actuales y con los que las nuevas generaciones de Otakus se han ido identificando y sumergiendo en el mundo de aquello que la cultura japonesa logra reflejar a

través de sus productos de entretenimiento. A partir de ello cabe mencionar que desde principios de la década de los 90 da inicio y se empiezan a notar los primeros indicios de espacios dedicados para los jóvenes gustosos de estos productos de esta manera:



A principios del año de 1993, tiene lugar la primera convención de comics, llamada Feria de la Historieta, organizada por los estudiantes de comunicación como un festival estudiantil en la ENEP Aragón. La primera convención de comics “Conque” (Convención Quetzalcoatl) se llevó a cabo el 26 de julio de 1994 en el Poliforum Cultural Siqueiros del D. F. A partir de este año (1994) y debido al éxito alcanzado empiezan a darse en forma continua. Fueron ocho años de presencia hasta que en el año de 2001 cerraría sus puertas definitivamente. En noviembre del año siguiente (1995) los días 10, 11 y 12 en el hotel Flamingo’s Plaza, también, de la ciudad de México se llevó a cabo la primera convención MECyF (México Ciencia Ficción y Fantasía) la cual anualmente se repetiría hasta 1998 (R. García & D. García, 2014, p.4).

Con ello las convenciones empezaron a posicionarse como los principales espacios donde el gustoso de este mundo nipón podría conocer más sobre estos productos e incluso diferentes animes o mangas que no eran distribuidos o transmitidos en esos momentos por televisión abierta, “Estas convenciones pioneras trajeron series que no salían en TV o que nunca terminaron de transmitirse debido a la censura, al igual que el resto del marketing como son figuras de acción, juguetes, accesorios y demás mercancías” (Romero, 2014).

A su vez en esa misma década y posterior a las convenciones antes mencionadas aparece en el país una de las más grandes convenciones en México hasta hoy en día la cual fue una de las primeras en especializarse en el comics y el manga conocida como La Mole evento que se llevó a cabo en las instalaciones de la alberca olímpica del Distrito federal y que actualmente se lleva a cabo en la Expo Reforma CANACO en el DF.

Pasando la década de los 90 no se hace esperar mucho el surgimiento de un nuevo espacio de diversión y reunión para aquellas personas que gustan del anime y manga y surge una nueva con-

## **EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS**

vención “la TNT expo manga comic” la cual inicia su primer evento en el año 2000 llevándose a cabo en el centro de convenciones de Tlatelolco en la ciudad de México siendo igual que la anterior convención mencionada una de las más grandes en el país hoy día.

Desde sus inicios la expo ha ido creciendo y expandiéndose más pues cuando empezaba esta contaba solo con unos cuarenta stands de venta, un pequeño escenario y un área de juegos. Sin embargo y muy a pesar de que era un evento con muy pocas dimensiones este logro brindar un espacio más grande de lo que habían sido las otras convenciones para los fanáticos del anime y manga; logrando que la interacción social de los Otakus pasara de ser solo una interacción local a una nacional y posteriormente internacional; esto debido a los avances tecnológicos que a su vez ha logrado implementar para su mismo crecimiento.

Como se ha dicho uno de los importantes acontecimientos más importantes de esta convención fue su crecimiento tanto en difusión como expansión de espacio con el cual pudieron dedicar:



Un salón para los clubes de anime, donde estos reclutan miembros venden mercancías de anime y pueden interactuar con otros clubes, en este mismo salón podemos encontrar los estudios de dibujo y diseño independiente, además de los stands de la extinta editorial vid que era la única a nivel nacional que publicaba mangas además de comics americanos. Y diversas zonas de descanso y servicios de cafetería donde la comida y refrigerios que se sirven son platillos japoneses (Romero, 2012, p.32).

Cabe destacar que a la par que surgían estos eventos en la capital del país; también se empezó a realizar algunas convenciones en diferentes estados de la República Mexicana como en Guadalajara, Monterrey, Veracruz, Puebla, Aguascalientes, Mérida, Chiapas, etc.

### **3.1.3 CÓMO LLEGA A CHIAPAS**

Como se mencionó, para que existan las convenciones en una ciudad como Tuxtla Gutiérrez, como las que se dieron en toda la República Mexicana, tuvo que distribuirse y expandirse

el consumo del anime y manga en los estados y con ello el surgimiento de los fanáticos de estos productos.

Según Francisco Jiménez, en Chiapas la entrada de los mangas y animes empezó desde los años 60 y 70, pero en los años 90 es cuando realmente toma fuerza y las editoriales empiezan a distribuirlos:

La editorial Vid fue una de las primeras, por no decir que la pionera dentro de la distribución de los mangas en Tuxtla Gutiérrez, al instalarse en la ciudad entre los años 2003 y 2004. Su tienda operó en la ciudad unos cinco o seis años, durante los cuales dio a conocer diferentes mangas al público de la cultura nipona que lograba juntar la colección con cada uno de los tomos en los que se dividida el manga que era de su preferencia.

La tienda de la editorial Vid ofrecía números atrasados, números que ya no eran fácil encontrar en los puestos de revistas; la tienda tenía todo lo que los fans solicitaban, “ibas en una semana y ahí tenían el producto, era una idea muy buena” (F. Jiménez, comunicación personal. 2014, septiembre 18).

Es así como la editorial de Mundo Vid se posicionó como una de las mejores editoriales y de la preferencia hacia el producto de los jóvenes; de esta manera logró incrementar su producción y expansión, tanto que:



Editorial Vid llegó a tener 65 tiendas en toda la República; 15 en el DF, y las principales capitales como Puebla, Querétaro, San Luis Potosí tenían una tienda de Mundo Vid, algunas de las ciudades llegaron a tener 3 tiendas como el caso de Guadalajara, en Monterrey 2 tiendas, en Tuxtla había una tienda, en el Puerto de Veracruz y Cancún llegó a tener 1 tienda, había tiendas en lugares de mayor concentración de personas (F. Jiménez, comunicación personal. 2014, septiembre 18).

Hacia 2009 la editorial cerró sus puertas en la ciudad, dejando abierta la posibilidad a las nuevas tiendas que en su momento estarían surgiendo para la distribución de los mangas/anime y otros productos relacionados a la cultura nipona. Según Francisco Jiménez en entrevista:

## EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS



vid

LLEGÓ A TENER

65

TIENDAS EN TODA  
LA REPÚBLICA;

15

EN EL DF, Y LAS  
PRINCIPALES  
CAPITALES

Vid tenía una tienda; desgraciadamente ese negocio se perdió, pero sí funcionó muy bien en su momento, y además te quitabas el problema de que a veces perdías el cliente que te decía, llegó el uno, luego el 4, luego el 9 y luego el 11, no iban consecutivamente, entonces perdías al cliente. Con una tienda Mundo Vid no, porque en la tienda conseguías del personaje preferido conseguías el 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y ya no perdías el cliente (F. Jiménez, comunicación personal. 2014, septiembre 18).

A partir de ello empezaron a surgir otras tiendas en la capital de Chiapas que se encargaron de mantener productos de la cultura nipona al alcance de los jóvenes aficionados y gustosos de ellos; algunas de esas tiendas son Animundo, Slifer Red Store y Avalon Store. Cabe mencionar que también tiendas departamentales como Sambors y en menor medida en Liverpool, fueron y siguen siendo distribuidores de los productos.

A su vez con el posicionamiento del producto empezaron a surgir las convenciones en diferentes estados y uno de ellos fue el estado de Chiapas, en donde en el año 2003 cuando se realiza la primera convención de anime llamada.

### 3.2 EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS EN MEXICO



En el caso de América Latina, en menor medida, se evidencia una orientalización ocasionada por la llegada del anime (アニメ) y el manga (漫画), productos culturales provenientes de Japón, generándose un proceso de desterritorialización reterritorialización evidente en la latinización del anime y el manga, y el subsecuente surgimiento de la subcultura Otakus (オタク) como producto de la hibridación (Cobos, 2010, p.3).

Los eventos y el creciente consumo de los productos manga/anime atraerían a una conglomeración de aficionados a un mismo punto de encuentro, creando relaciones sociales entre los mismos y lazos de convivencia y amistad a partir de un

gusto en común, por eso:

Hablar del anime en México no se tiene que limitar solo a la parte ya expuesta sobre las series, las convenciones, el marketing y demás datos generales sobre el tema, si no que debemos concentrar gran parte de los recursos de esta investigación a la observación de la vida cotidiana dentro de un club de anime (Romero, 2012, p.40).

Esto debido a que el éxito obtenido por la cultura oriental con sus productos tanto en su país de origen como en otros países fuera de él, se deriva en gran medida al gran número de jóvenes que se identifican con estos y que empiezan a juntarse creando algunos de los clubs de Otakus que hoy en día existen.

Ya que estos clubs fueron los que dieron origen a las convenciones así como a las actividades donde hemos visto reflejado el impacto cultural y social de nuestro objeto de estudio (Romero, 2012, p.40).

Es así como el origen del Otakus es a partir del primer contacto que como individuo tiene con estos productos como el anime/manga y como estos al ser vistos o leídos pueden lograr generar una conexión con el sujeto que los consume creando así una identificación que lo lleva a interesarse más allá de simplemente verlos o leerlos sino a saber ¿de dónde provienen? ¿Quién es el creador? ¿Cuál es la cultura del país de donde vienen estos productos? Entre otras cosas; por lo que a partir de esta duda e identificación del joven se empieza a formar un impacto social y cultural en el mismo que lo hace empezar a conocer y juntarse en algunos casos con otras personas afines a su gusto lo que deriva a la creación de los clubs lejos de ser de anime, de Otakus.

### **3.2.1 COMO INICIÓ LA CONFORMACIÓN DE LOS GRUPOS OTAKUS**

Ya se ha hablado de los Otakus, del significado de la palabra y cómo su connotación fue cambiada de su país de origen al salir y conocerse en otros países. Pero ¿qué significados tiene para los sujetos que están inmersos en una cultura diferente

## EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS

a la suya?

En palabras de García (2012) quien realizó un estudio en la ciudad de Guadalajara, Jalisco sobre los Otakus, dice:



La palabra Otakus se utiliza para designar, específicamente, a los aficionados del anime o animación japonesa, independientemente si su afición sea un hobby o una obsesión. Sin embargo, a diferencia de Japón, los Otakus en el resto del mundo, incluyendo Guadalajara, extienden su afición más allá del manga (historietas japonesas) y el anime (dibujos animados nipones), adentrándose en la cultura japonesa misma; interesándose en su gastronomía, historia, idioma, costumbres, música, entre otras cosas. Además, mientras que en Japón son considerados como antisociales y reclusos, su contraparte occidental es bastante sociable, buscan a aquellos que comparten sus gustos y forman una verdadera comunidad (García, 2012, p.61)

Sin embargo, esta forma que nos presenta Dassaev al hablar de la palabra Otakus no está completamente definida ni encajonada en esa definición pues cada individuo puede hacer uso y atribuirle diferentes significados a la misma desde la perspectiva de lo que ellos podrían entender con ella y a su vez del mismo conocimiento que se tenga sobre el tema y término puesto que:



Son dos las concepciones principales que se tienen de ellos... La primera, y la más común entre la gente, es la que dice que un Otakus es alguien que ve y/o lee manga-anime, es decir, la pura afición o gusto por los cómics o las series animadas japonesas es lo que convierte a alguien en Otakus. La segunda, y la más popular entre los fanáticos y aficionados del manga-anime, describe al Otakus como una persona a la que no sólo le gustan estos elementos culturales, sino que también le gustan los videojuegos, la música japonesa, compra mercancía relacionada con el manga-anime, le gusta hacer cosplay y se interesa por la cultura japonesa en general (García, 2012, p.62).

Es de esta manera que a partir de esta identificación entre los consumidores de la mercancía o productos orientales y el término con el que se autodefinen que se conforman los clubs

de Otakus en los que menciona algunos de los motivos a los que beneficia al individuo estas agrupaciones.

Es claro que los clubes de anime sirven como un medio que les permite a sus miembros alcanzar satisfacciones grupales e individuales, al igual que ayuda a los individuos a construir una identidad social, identidad que se construye mediante la pertenencia a un grupo social (Romero, 2012, p.41).

Puesto como ya se ha mencionado dentro de estos grupos se llevan a cabo varias actividades que ayudan al sujeto que se encuentra dentro de estos clubs a fortalecer su identidad tanto dentro como fuera del mismo.

Esta afirmación obedece a que en el transcurso del año se presentaban actividades extra oficiales del club por ejemplo las convenciones de anime y las de videojuegos, además de torneos de videojuegos, competencias de cosplay entre otras en las que el club participa... Las primeras obedecen a las que el propio club realiza en sus instalaciones como son el foro de anime en Internet donde los miembros del club podían compartir opiniones sobre series de anime y manga así como de videojuegos o temas de interés en general, además de contar con un podcast dentro de este foro, hecho por los miembros del club... podemos hablar también de maratones de anime y lectura de mangas, estas actividades consisten no solo en ver la serie o leer el manga si no generar una especie de debate al respecto de la temática, de la calidad del dibujo y de los personajes de la serie (Romero, 2012, p.42).

### **3.2.2 FUNDACIÓN Y CONFORMACIÓN DE LOS CLUBS DE OTAKUS EN TUXTLA GUTIÉRREZ**

La creación de los clubs de Otakus es una de las manifestaciones sociales que se advinieron a partir de la identificación del sujeto joven con los productos orientales por lo que en varios estados y la capital de México se empezaron a conformar estos. Siendo la capital del estado de Chiapas una entre las que los clubs de Otakus se empezaron a conformar a finales de los años 90.

## EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS

### A) OTAKU FAN CLUB (OFC)

Su fundación se dio el 6 de diciembre del año de 1999, cuando aún los fundadores del club se encontraban en el nivel escolar medio superior, la primera reunión fue en el estacionamiento de Caña Hueca donde estaba la avioneta antes a las 4 de la tarde para posteriormente ir a la casa de uno de los chicos que se encontraba dentro de las personas que nos reuniríamos que se llama Fabián donde se juntaron de 15 a 18 personas.



Fue un sábado, estábamos en la prepa y una compañera del salón también le gustaban las caricaturas japonesas junto con otra chica y por lo mismo esa afición nos acercó y empezamos a platicar y nos hicimos amigos; en eso llegó la feria del libro en noviembre y ahí vinieron dos stand que vendían anime/manga durante una semana y durante esa semana estuvimos yendo en la mañana y en la tarde cuando se podía y nos hicimos amigos de los chavos que vendían. Posteriormente ya fue que ahí en la prepa se me ocurrió platicando ahí les dije que ondas y si hacemos un club, y pues dijeron que ¡órale! y fue que saque la copia de un promo y lo pegamos en el stand de uno de los chavos y con el teléfono de una de mis amigas y ya hablaron a su casa y ya que teníamos bastantes nos pusimos de acuerdo entre todos y pusimos un lugar y una hora para reunirse siendo esta la primera reunión del grupo (N. Gurria, comunicación personal, 2014, noviembre 10).

A partir de esta primera reunión los jóvenes empezaron a realizar sus reuniones cada semana y a su vez dentro del grupo de jóvenes se mantenían ciertas reglas u objetivos que tenían que ver con dos cosas: la primera que te gustara el anime y manga (punto que encaja con una de las definiciones de Otakus antes mencionadas) y la segunda que se tenía que tratar de conseguir material nuevo para poder verlo o leerlo y compartirlo con todos “pues en sus inicios con la escases de lugares para conseguir estos productos el poder adquirir nuevo material era un gran logro echándose la mano para que entre todos pudiéramos disfrutar de ellos” (N. Gurria, comunicación personal, 2014, noviembre 10).

## EDUCACIÓN E IDENTIDAD OTAKU



Conforme fueron pasando los años este objetivo fue cambiando y modificando siendo el objetivo principal actual dar a conocer y difundir todo aquello que tuviera que ver con la cultura japonesa con el fin de: “hacer que la gente entre comillas nos acepte porque pienso que somos una tribu urbana que por lo consiguiente adoptamos cánones de Japón que en México es un país extranjero con costumbres diferentes a nosotras” (N. Gurria, comunicación personal. 2014, noviembre 10).

Desde el año de 1999 cuando fue fundado el club e inició con sus reuniones éste ha ido creciendo pues al empezar con 18 personas en la primera reunión y a pesar de que a través de los años han ido entrando y saliendo personas se han logrado juntar hasta 60 personas en una reunión para los años del 2006 y 2007.

Para eso a principios del club se define el nombre del mismo por lo que Gurria uno de los tres fundadores del club contó una anécdota relacionada a cómo surge el este nombre que distinguiría al grupo que ellos habían formado:



El primer promo que se sacó se tomó de un club de España que era el club Otakus, y de ahí saqué el nombre por lo que nuestro club se llamaba club Otakus en un principio; ya después decidimos buscar más nuestra independencia y ponerle nuestro granito de arena y hubo un concurso en el que se daban propuestas para cambiarle de nombre al club durante un mes y eso se me ocurrió decirle Otakus Fan Club poniendo lo de Otakus; Fan para que la gente entendiera que somos fanáticos y pues Otakus es Fanático en Japonés pues eso es lo que significa, o sea que el nombre realmente dice club de fanáticos, aunque se oye raro pero así quedó y pues para no mencionar el nombre tan largo se abrevia OFC (N. Gurria, comunicación personal. 2014, noviembre 10).

Es así como desde España donde ya había indicios de los clubes de Otakus se retoma este palabra y llega a Chiapas para volverse parte del nombre del primer club de anime conforma-

**CLUB:**

**OTAKU** オタク  
**FAN CLUB**

**FUNDACION:**

**1999**

**NO. FUNDADORES:**

**18**

**MAX. INT:**

**60**

## **EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS**

do en la capital del estado el cual se daría a conocer con más intensidad a partir de las primeras convenciones realizadas por ellos para cumplir con el objetivo del club en la difusión de la cultura japonesa, cabe mencionar que estas convenciones empezaron en el año 2003 y que después el club en los años 2006 y 2007 lo da conocer ante la población Otakus de Tuxtla Gutiérrez como “RAKUEN” que en español significa paraíso y que este nombre a partir de esos años fue el que se le da al evento organizado por este club cambiando cada año al agregarle ciertas palabras como por ejemplo: Rakuen no shin jidai, Rakuen itto, Rakuen 8bits, Rakuen wo sagashite, entre otros.

El Otaku Fan Club es actualmente el club más antiguo en Tuxtla Gutiérrez con 15 años cumplidos en diciembre del 2014, logrando su objetivo de difundir y dar a conocer la cultura japonesa en el estado.

### **B) ANARCHY ANIME (AA)**

El Anachy-Anime es un club que nace y se funda en el año 2005, al igual que el OFC por chicos que se encontraban en ese entonces apenas en la preparatoria y que tenían cierto contacto con estos productos a través de la televisión.

Para saber la historia dos de los fundadores Mayo y Gómez fundadores del club en una entrevista contaron la anécdota del inicio y la fundación del mismo:

Cuando tenía 17 años íbamos en la preparatoria (Erick, Mario y yo éramos compañeros de la preparatoria) entonces el... en la preparatoria me invitó a un evento de anime coreano, en el cual yo fui y conocí a otra persona, que es Abraham Nazar, lo conocimos y vimos lo que era ese mundo Otakus, que a mí me gusta pero no sabía ni usaba los términos Otakus, para mí eran desconocidos, fue ahí donde surge la idea, el gusto y que viene de Japón, que son animes ese tipo de series que me gustan, que existen los mangas y todo eso, lo empiezo a conocer a los 17 años, cuando regreso aquí Mario y yo pensamos y otros tres compañeros para reunirnos, platicar y ver series, éramos Darynel, Jesus, Grafy, Hugo y Carlos, éramos como seis personas, de los cuales, nunca pudimos por x o y cosas no pudimos reunirnos, (ahora cuéntale tu como Abraham se comunica contigo).

Literal, estábamos empezando esta cuestión con otras personas que al final no se interesaron, bueno si se interesaron pero tenían prioridades distintas y como que nosotros nos clavamos más en el tema y seguíamos con la espina, pero nunca lo llevábamos a cabo y luego llega este chavo Abraham y llega, me contacta un día a las 3 o 4 de la mañana, me habla estaba yo durmiendo, yo me despierto con cara de que estaba yo soñando, y bueno, no que soy Abraham, y ya me explica soy el chavo que te conoció en tal lado, ah ya me empieza a explicar todo su rollo, que duro como hora y media, ya no dormir ese día por cierto, y ya me explica que él tenía la misma idea que nosotros, pero él estaba como nosotros, buscando como que quien secundara su idea para concretarlo, le comento a Rodolfo sobre esta cuestión y nos reunimos con él, para esto no sé cuánto tiempo paso, nos juntamos pero nosotros teníamos la idea, desde antes de conocerlo a él, pedirle ayuda a Hana que eras de la tienda Animundo, para que nos diera chance de llegar y reunirnos ahí, la autorización de llegar y estar ahí sin hacer nada en la tienda, y pues él tenía la misma idea, y ya los tres llegamos y hablamos con ella, y pues la chica es accesible y nos apoya y nos da chance de llegar y convivir ahí, ya después ella nos promociona con los clientes, ya con el tiempo pues ella ya como que se adentra creando un lazo de amistad con ella, pero nunca entra a pertenecer, pues por lo mismo de la amistad ella nos da un espacio dentro de su tienda, por eso pensaron que ella era parte del grupo y que la tienda era del grupo, no sé cuánto tiempo pensaron eso hasta llegaron a preguntarme algunas personas, no sé si por eso la gente cree que la tienda es del grupo y pues al contrario solo tenemos una relación con la dueña y es ahí donde empieza el grupo. Muy bien, volviendo a lo que estaba comentando volvemos a reafirmar diferentes puntos de vista que se tiene, cuando comenzamos a reunirnos nosotros, bueno la convención fue en diciembre entonces nos venimos reuniendo con este chico Abraham a principios de marzo, en diciembre Hana la chica que es parte de la tienda Animundo se encontraba afuera del evento de anime y nos regaló folletos y ahí nosotros fuimos llegando a su tienda ya que ella estaba promocionando su tienda ya que no pudo estar dentro del evento.

Entonces nosotros llegamos cada quien por aparte: Erick Mayo llegó por aparte, Abraham por aparte y yo por aparte y fuimos viendo que era una tienda consolidada en ese tiempo de anime y

## EL NACIMIENTO DE LOS OTAKUS

sin querer la agarramos como punto de reunión; cuando nosotros formalizamos el grupo sin nombre pero nos formalizamos que no nos íbamos a reunir cada día, cada semana fue un 14 de abril del 2006 y dijimos va se arma y primeramente habíamos decidido que fueran los viernes, después al siguiente viernes lo pasamos a sábado y en la segunda reunión del sábado una chica se integra al grupo siendo la primera chica del grupo se llama Ninive fue nuestra primer integrante oficial del grupo.

Entonces la gente empezó a ver que llegábamos cada sábado y Hana nos ayudó recomendándonos con gente que veía que tenía los mismos gustos que nosotros y querían entrar al grupo. (R. Gómez y E. Mayo, comunicación personal. 2014, noviembre 07).

La ayuda de la dueña de la tienda sirvió para dar a conocer el grupo que aunque en sus primeras reuniones no tenía un nombre los fundadores ya habían pensado en un probable nombre para el club que se empezaba a formar pues ellos tenían la idea de ponerle algo que hablara sobre anarquía.

Como en la cuarta reunión nosotros definimos el nombre del grupo como Anarchy-Anime porque lo teníamos y el que tenía era Anarquía<sup>88</sup> pero le teníamos que dar el giro al anime entonces decidimos ponerle Anarchy Anime de esa forma por decisión de los tres (R. Gómez, comunicado personal. 2014, noviembre 07).

A partir de la ayuda y difusión del grupo por medio de la tienda el club logró juntar muchas personas dentro del grupo logrando tener en el primer año hasta 40 personas, siendo un grupo bastante grande en el que no se dividían de acuerdo a las preferencias conviviendo y festejando los cumpleaños de cada uno de los integrantes; logrando tener una armonía entre todos.

Cuando a finales del año de que el club iba a cumplir se le ocurre al grupo intentar celebrar haciendo un evento de anime para festejar el primer aniversario del club, es así como inicia también el primer evento del club el cual no tuvo un nombre sino que hasta un año después de este se obtiene un

nombre para el evento con el cual sería reconocido nombrándosele Anime Castle.

### **C) ANIME FANTASY COSPLAYERS (AFC)**

En el 29 o 30 de agosto en la biblioteca Jaime Sabines, fue algo curioso porque estábamos los 10 integrantes originales, yo ni siquiera estaba de cosplay yo ni siquiera tenía la idea de pertenecer a un grupo y pues nos incluyeron ahí nos pusieron trajes y ahí comenzó, lo que queríamos nosotros era un grupo dedicado al cosplay porque si había grupos de anime, bueno no nos definíamos en ese entonces como algo definido, ya que agarraban el anime y el manga como algo ligero y nosotros queríamos de juegos de anime de películas a grandes rasgos (A. Ovilla, comunicación personal. 2014, noviembre 06).

El grupo nació a través de una convención de un evento que se hizo en el año del 2006, donde asistieron los que en ese entonces se volverían fundadores del club disfrazados en su mayoría; llegaron al evento para disfrutar del evento, cuando se les ocurrió una idea y hablaron con los organizadores del evento para poder presentarse ante los demás aficionados que se encontraban ahí en ese momento.

Íbamos a participar en el concurso de cosplay y la verdad no había cosplayer en la ciudad, incluso los pocos que vimos nos pusimos de acuerdo para hacer una obra teatral, pero como nadie nos conocíamos, empezamos a hablar para poder representar una obra, porque habían otros personajes, otros chicos vestidos de otros personajes y hacían como una mezcla de series no, entonces le pedimos permiso al organizador de mostrar nuestro performance y le gustó mucho y de ahí ya que habíamos tenido amistad y convivió dentro del evento, decidimos crear un grupo de que de cosplay, pues porque es una actividad que nos gusta y por eso nos habíamos conocido, y entonces de ahí salió el club, empezó a tener reuniones cada sábado y se hablaba de cosplay (A. Ovilla, comunicación personal. 2014, noviembre 06)

Cabe mencionar que el AFC como lo menciona su nombre

fue fundado a partir de la inquietud de los integrantes por dar más a conocer la práctica del cosplay en Tuxtla Gutiérrez, ya que en ese entonces eran muy pocos y casi nulos los jóvenes que asistían a eventos disfrazados de algún personaje de anime/ manga, videojuegos y películas. De ahí que el objetivo del grupo sería ser un grupo que fomentara la práctica del cosplay dentro de sus integrantes y participar en los distintos eventos que se realizaban en la ciudad.

Y entre broma y broma, que hacemos con los integrantes, los originales; era el echarle contra al Otaku Fan Club porque ellos siempre ganaban todos los concursos, había una compañera que se llamaba, bueno no se su nombre, se su apodo nada más que le dicen akito, muy buena cosplayer, lo ganaba casi todo en ese tiempo, entonces nosotros dijimos, no pues ya acabo su reinado ahora queremos empezar otro y que otras personas se integraran a esta práctica del cosplay; pero no era que ella lo reinara de una mala forma, sino que casi no había competencia y ella siempre ha sido una muy buena cosplayer por eso lo ganaba; sin embargo no era con cizaña sino que era una broma entre nosotros (A. Ovilla, comunicación personal. 2014, noviembre 06).

Por ello el objetivo del club va aunado al nombre que ha este se le fue dado el cual tenía que ver con: “promover la práctica del cosplay dentro de los integrantes del club como algo indispensable para pertenecer al club” (Yépez, 2014); sin embargo este objetivo ha cambiado con el paso del tiempo “al ser la convivencia entre los integrantes el principal objetivo, aunado a eso seguir apoyando a los que deseen realizar cosplay” (M. Yépez, comunicación personal. 2014, octubre 25).

Es así como a partir de conocer la historia de la llegada de la cultura nipona a México y la conformación de los clubs Otakus en Tuxtla Gutiérrez, en el siguiente capítulo se desarrollará cómo se lleva a cabo la conformación de la identidad del joven Otaku en relación con todos los factores externos que le rodean y cómo éste llega a crear y apropiarse esta misma.

# **CAPÍTULO 4**

## **CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU LA INFLUENCIA DE SU ENTORNO SOCIAL, PRÁCTICAS SOCIALES E INTERCULTURALES EN TUXTLA GUTIÉRREZ**

**L**a identidad Otaku se va conformando a través del tiempo, a partir de los sucesos o acontecimientos vividos por cada una de las personas de esta manera conforman su propia historia desde la infancia; los Otakus en su mayoría crecen viendo caricaturas orientales, creando lazos de emotividad y afectividad que a medida que van creciendo se van desarrollando con más fuerza, la influencia es más fuerte si alguno de ellos cuenta con hermanos mayores que inciden en ello a través de comentarios, de dibujos o de exaltar las virtudes de los personajes de los anime o manga, donde el adentrarse al contenido de la trama o historia (anime/ manga) afianza su adhesión, ocasionando que el sujeto empiece a introducirse en el mundo del aficionado y la mercadotecnia que se ha creado alrededor y a partir de estos mismos productos, de esta manera el sujeto comienza a consumir productos relacionados con ellos por simple gusto.



Los contenidos de los medios de comunicación, son considerados en el mundo actual, como importantes “artefactos culturales” que permean la construcción de la identidad y de la cultura. Fox (2003), considera que los medios de comunicación forman parte de la red de relaciones en las que participan las personas y que sin duda sus contenidos contribuyen a la construcción de los deseos e ideas de las sociedades actuales (Romero, 2014, p. 4)

**Las industrias culturales,**  
se han convertido en  
los núcleos ideológicos  
que crean, reproducen,  
distribuyen y difunden  
los patrones de  
comportamiento cultural  
y de identificación para  
cierto grupo social y mar-  
can los ritmos y rasgos de  
su desarrollo socio-cultural.

Las industrias culturales, sin duda, se han convertido en los núcleos ideológicos que crean, reproducen, distribuyen y difunden los patrones de comportamiento cultural y de identificación para cierto grupo social y marcan los ritmos y rasgos de su desarrollo socio-cultural.

Los medios de comunicación, especialmente la televisión o el internet, son potentísimos difusores de recursos para la representación simbólica y la construcción de las identidades de los individuos y los grupos quienes se apropian de sus materiales para darles sentido mediatizados por su cultura y su personalidad (Vera, 2005, p. 23).

Los contenidos simbólicos que distribuyen estas industrias, promueven en el consumidor de sus productos, no solo la aceptación de los objetos a consumir, también la aceptación de un sistema de valores y comportamientos que están lógicamente asociados a ellos. Desde esta perspectiva, se forma un proceso en el cual considero que:

A nuevos productos culturales = nuevas ideologías, donde  
Nuevas ideologías= identidad, comportamientos identitarios,  
consumos identitarios

De esta manera, al llevarse a cabo un conjunto de actividades sociales, las industrias crean una nueva ideología cultural en la sociedad que en la actualidad crea una explosión de productos

culturales que inundan a todo el mundo. Por ello las industrias culturales tienen como objetivo crear los objetos de entretenimiento que fijan la atención del individuo o de una audiencia en él.

A partir de ello las series animadas como son los animes a los que la sociedad en la actualidad suele acceder fácilmente a través de la televisión, o el Internet por medio de cualquier dispositivo como computadora, celular, o Tablet en palabras de Romero (2014) son considerados como “artefactos culturales”, pues proponen un lenguaje y una comprensión del mundo que se convierte en un interesante objeto de estudio para las ciencias sociales.

En México desde sus inicios de la televisión los animes no eran conocidos por este nombre y eran considerados como series animadas creadas para un público infantil por el simple hecho de ser caricaturas con contenidos divertidos y muchas veces llenos de eventos fantásticos; sin embargo, con el tiempo aparecieron ciertas animaciones con contenidos de temáticas para público de todas las edades; actualmente, uno de los países que produce series de animación para todos los públicos es Japón mostrando grandes alcances y aceptación fuera del país de procedencia.

# 2002

Los ingresos para por productos de anime en el mundo fueron de

# \$ 176

# .950

# .000 USD

situación que ha convertido a éstas series, en un importante “objeto de consumo” para un grupo significativo de personas



Es así como el anime, nombre con el que se conoce a la animación japonesa, reportó en el 2001, de acuerdo con la información proporcionada por la Investigación de la Sociedad de Informática y Medios de Comunicación Japonés y el Instituto de Comunicación de Dentsu, ventas de video y DVD, por un valor aproximado de US 414.000.000 para América. Igualmente los ingresos para el 2002 de productos de anime en Japón y en el exterior fueron de US\$176.950.000, situación que ha convertido a éstas series, en un importante “objeto de consumo” para un grupo significativo de personas, quienes acceden a ellas,..., a través de medios masivos de comunicación como la televisión por medio de canales dedicados a la animación, o la red de internet (Romero, 2014, p.4).

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

He aquí una forma clara de que los medios de comunicación se vuelven parte esencial en la sociedad al incidir en el sujeto mostrando a través de su contenido ciertos referentes culturales de la realidad logrando una identificación del sujeto hacia ellos, como Barbero y Téllez (citados en Romero 2014) hacen referencia a que:



Sin duda los medios masivos en la sociedad globalizada han incidido en las relaciones sociales en la medida en que la información que circula a través de ellos, no solo se convierte en referente de la realidad, sino en parámetro de construcción para las narraciones que los sujetos producen, identificando su efecto de acuerdo a las diversas edades de los televidentes y a las diferencias en la programación que eligen en un mundo globalizado y lleno de información con múltiples opciones para elegir (Romero, 2014, p.6).

Efecto que precede a un proceso de internalización de los referentes culturales que responden a un espacio social que da sentido a los actos del sujeto dentro de un conjunto de sentidos que se demarcan por el modelo cultural de uso (Hall, 1999).

Así al observar distintos modelos culturales del espacio social, es posible encontrar comportamientos que son básicamente iguales, tanto en el acto en que se ejecuta cierto comportamiento como en la simbolización que conlleva el mismo. Eso se da a partir de la difusión de estas conductas a través de los medios de información y la distribución de la carga simbólica que recae en ellos.



La difusión de un comportamiento por topos y cronos no es desconocida. De hecho, una parte muy importante de nuestra vida también se dedica a transmitir a otros los elementos que componen el modelo cultural en el que vivimos. Lo hacemos en nuestra práctica cotidiana a veces de forma intencional —formal y técnica— a veces, la mayor parte, de manera informal y azarosa. Por supuesto, los medios de comunicación tienen un papel muy importante en este proceso de difusión de la cultura (Herrera; 2014, p.203).

Volviendo a los medios como parte importante dentro de la transmisión de comportamientos a través de un modelo cultural de manera informal permeando principalmente a los jóvenes de

la sociedad en la actualidad. Como dice Vélez Quintero (2009):

Hoy es irrefutable que los jóvenes y las jóvenes, independientemente del sector (estrato o espacio) social al que pertenezcan, reciben una gran cantidad y diversidad de informaciones sobre sucesos, objetos y sujetos, mediadas especialmente a través de los medios masivos de comunicación, aunque no exclusivamente (Vélez, 2009, p. 291).

De esta manera se puede pensar que la distribución del comportamiento cultural seguirá una misma ruta para que esta pueda llevarse a cabo; sin embargo, se realiza en un entramado distinto y en el que el proceso de significación tiene una especial relevancia. Y a partir de un modelo simple como es el proceso con la triada: referente, significante y significado.

En primer lugar, hay que reconocer a la realidad cotidiana como una forma de construcción narrativa dentro de la vida diaria en la que se desarrolla cada uno de los sujetos. Desde esta lógica, el referente no es la realidad en bruto de Searle (1997), sino los imaginarios sociales, es decir: “aquellos esquemas construidos socialmente, que nos permiten percibir/ aceptar algo como real, explicarlo e intervenir operativamente en lo que en cada sistema social se considere como realidad” (Gómez, 2001, p. 198).

Para explicar el sentido que tiene La anterior afirmación según Herrera (2014, p.203) “desde una lógica ingenua, el referente es el origen de todos los significados que produce el sujeto. No habría argumentos para negar que el significado es inmanente tanto a la realidad como al sujeto”. Cabe mencionar que al optar por este punto de vista se hace referencia a que ningún sujeto en la actualidad parte de un vacío/nada ya que siempre habrá algo que sirva como herramienta social dentro de la interpretación de la realidad de cero al momento de interpretar la realidad, considerando a su vez que la realidad en la que el sujeto nace ha sido manipulada, tanto porque se han adquirido herramientas sociales para interpretarla, como porque la realidad en la que se nace ya ha sido manipulada.

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

En el origen de cada uno de los sujetos, existe una realidad cotidiana ya preestablecida llena de simbolismos a través de cada una de las cosas que olemos, sentimos, escuchamos vemos o degustamos sin tener forzosamente un contacto directo con ello “hoy día casi nadie en el mundo tiene una experiencia directa con la naturaleza en sí. Desde el nacimiento nuestras experiencias son con la naturaleza, es decir con la naturaleza ya humanizada” (Herrera, 2014, p.204).

Existe una segunda idea la cual tiene que ver con el poder ligar un significado a una imagen de la realidad que se percibe y acepta; que da como resultado “un caso de especial subjetivización” humana (Berger y Luckmann, 2001, p. 54), esta acción se lleva a cabo a partir de una producción de significantes. Este término de significante está referido al aspecto simbólico que asume el imaginario social, dentro del marco del modelo cultural de uso que se encuentre en ese espacio social. De esta manera Otaku, Friki, Akiba-kei, son términos que tienen detrás de su enunciado verbal una carga simbólica, ya por una construcción realizada por el sujeto o por la distribución que tiene ese simbolismo en el espacio social.

Cabe aclarar que este significante no se trata del significante Sausariano (como la imagen acústica del referente). Tampoco las unidades mínimas y de yuxtaposición propuestas por Lacan (1966, p. 9), en el que éstos solo tienen sentido porque no es cierto otro significante. La forma en la que será entendido este significante es a partir de como lo define Herrera (2014):

Como el referente puede tener diversas cargas simbólicas en varios lugares del espacio social de forma tan independiente que sus significantes son operativos en todos ellos. En otros casos, el objeto o evento tiene una carga simbólica local, que opera solo en pocos lugares del espacio social (Herrera, 2014, p. 204).

Esta simbolización atraviesa la percepción del sujeto para que el mismo pueda establecer y delimitar aquel espacio social y los agentes, pacientes y/o actores que puedan ser parte del espacio mismo en donde opera la carga simbólica a la cual se hace

mención. Esta estructura se vuelve una forma de control como estrategia de dominación de la realidad que se lleva a cabo, garantizando que las expectativas sociales no se salgan de ciertos límites establecidos como espacios sociales seguros, y que en ellos participen, donde deban hacerlo y como deban hacerlo, los que se formen dentro de las reglas establecidas en estos.

El posicionamiento de la cultura con la que se carga el entendimiento de la realidad, toma un lugar prominente en la experiencia del sujeto en el mundo. Así “el mundo es realidad percibida subjetivamente”, concluye Doelker (1982, p. 38) y viéndolo de una forma más precisa “los símbolos son más reales que aquello que simbolizan, lo que significa precede y determina el contenido de lo significado” como lo afirmara Levi-Strauss (1979, p. 28).

Por último la tercer idea básica dentro del modelo que se viene explicando tiene que ver con que el significado es más un producto de la interpretación de los significantes, que una simple jurisdicción de estos significantes. Según Gómez (2001):

La significación no es sino interpretación —esto es, un proceso de asignación de significados (investiduras de sentido) — esta práctica se registra tanto en la instancia del enunciador como en la del enunciatario, de lo que resulta una construcción intersubjetiva del significado realizada en el curso de acciones de ensamble integrativo como lo son las acciones comunicativas (Gómez, 2001, p. 206).

La interpretación a la que se hace mención generalmente es realizada desde los significantes, y se encuentra limitada por la posición que el sujeto tiene dentro del espacio social en el que se desarrolla y por los diferentes factores que lo atraviesan. De esta manera los posicionamientos que dan el sentido de un mismo significante se vuelven subjetivos a partir del sujeto, y a su vez a partir del tiempo y espacio en el que estos significados se realizan.

Esto se ve a partir de los contextos o filtros que se usan para poder ver la realidad, delimitando el mismo bajo ciertas reglas que se manejan para llevar a cabo esta delimitación del

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

mismo y a su vez reduce la cantidad de significados probables en el proceso de interpretación que realiza el sujeto.

De acuerdo a lo anterior Hall menciona que existen grados de contextualización que logran las sociedades en relación al manejo de la información cultural los cuales son: el high context (HC) que se refiere a los filtros y reglas especializadas y abstractas, que de entrada suponen muchas cosas; esto significa que las personas han depurado tanto la información para hacer más fácil su tránsito en el tiempo y espacio que basta con muy pocos detalles para entender algún evento; con lo que es probable interpretar un significante a partir de muy pocos elementos; al haber vivido el tiempo necesario en el modelo cultural de uso en el que se encuentra el sujeto. Por el contrario, existen los low context (LC) los cuales requerirán mucha información descriptiva y repetitiva para que el sujeto pueda lograr una interpretación de los significantes que se encuentran dentro del espacio tiempo en el que se encuentra.

Por ejemplo, una persona que vive en la ciudad no necesita tantas herramientas o concepto para desarrollarse y entender ciertos significantes porque ya los tiene naturalizados, por el contrario; una persona que viene del campo, le cuesta más entender qué es lo que pasa en la ciudad ya que estos significantes no están tan filtrados como en el contexto del campo en el que ellos se desenvolvían.

Así pues, la distribución de las cargas simbólicas de un comportamiento cultural, se realiza por su configuración funcional en el modelo cultural y no por su difusión en el espacio social. Derivado de esta afirmación, asumo que los significantes, tienen un rol de primer orden. Con ello también estoy afirmando a priori que los significantes operan en porciones delimitadas de la realidad social, a las que se pueden denominar regiones (Herrera, 2014, p.205).

A partir de ello la incorporación de los significantes en nuestra vida cotidiana, desde una visión de la lectura que se hace de la realidad, se vuelve más eficiente a través del aprendizaje informal dentro del modelo cultural de uso local, que a través de su aprendizaje formal o técnico.



De acuerdo con Duhalde (2008), hay significantes que actúan como códigos —axiológicos o deontológicos— que ayudan a mantener un cierto control sobre la experiencia y la acción social cotidiana. Muchos de estos significantes, bajo ciertas condiciones llegan a convertirse en los significantes vacíos de Laclau (p. 1-10) que actúan como anclas de diversos significantes en la lucha por instaurar un discurso hegemónico, es decir, tendrían relación con la acción transformadora (Herrera, 2014, p.204).

A su vez Montero (2012) menciona que estos son:



Elementos particulares (“palabras o imágenes”, “términos privilegiados”) que refieren a la cadena equivalencial como un todo [...] dado que esa totalidad es inconmensurable con ellos, estos tienden a vaciarse de sus propios contenidos particulares. [...] Laclau señala que su rol semántico no es aludir a o expresar un contenido conceptual o literal sino “nombrar” o representar una plenitud ausente [...]. Es por ello que el significante vacío no tiene un fundamento lógico o referencial sino que descansa en un proceso discursivo, que es a la vez afectivo y preformativo. [...] los significantes vacíos son términos que tienen un rol condensador y articulador. Lo que ellos condensan es “un campo antagonico”, es decir que representan tanto la cadena equivalencial como sus fronteras (Montero, 2012, p. 5).

He aquí la manera en que existen significantes que son necesarios en el sustento del sentido del espacio social y que han permanecido inalterables en el tiempo espacio. A ellos según (Herrera, 2014) se les ha denominado significantes distribuidos y determinan las cargas simbólicas que tienen ciertos eventos, cosas y comportamientos culturales que se “distribuyen en diferentes tiempos y espacios sociales. Dentro de los cuales han actuado procesos de difusión y consolidación de forma similar a la publicidad que se hace de un producto. En ellas existe una función la cual tiene que ver con orientar el proceso que conllevan las acciones humanas que son establecidas como reglas sociales o discursos hegemónicos.

La importancia de esta tiene que ver con el inicio de ciertos procesos de reproducción que son más eficientes a partir de que estos significantes siguen siendo distribuidos en la sociedad.

## **CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU**

El significante distribuido tiene una característica importante ya que el simbolismo asociado al objeto, corre en el espacio y tiempo en el que se desarrollan las sociedades sin que este sufra cambio alguno, aunque en ocasiones estos se resignifiquen de forma diferente en la época actual. A partir de ello podemos decir que existen muchos ejemplos de significantes distribuidos, pero los que se relacionan con la construcción de la identidad Otaku, son especialmente interesantes. El simple nombre de “Otaku” se puede rastrear en México hasta llegar a Japón, esto va desde años más atrás de 1900 donde se inicia y surge esta denominación.

Todo significante puede ser nombrado y descrito, ya en una etiqueta — nombre, palabra— o en forma de frase o enunciado. Quizás porque en la significación la vaciedad impone economía de significados, los significantes vacíos usan etiquetas cortas, democracia, libertad, globalización, clase social, lucha de clases, son ejemplos evidentes.

Estos significantes distribuidos tienden a ser explicados a través de frases o enunciados cortos, porque no importa tanto su vaciedad como su relación con el imaginario y la estructura social: “ser Otaku es un estilo de vida”, “el ser Otaku es sinónimo de inmadurez” son ejemplo de ello.

De esta manera la forma enunciativa de los significantes distribuidos nace con el significante, se reconstruye continuamente en la medida que se difunde en el espacio de desarrollo del modelo cultural de uso, junto con los significados que también se reconstruyen o se aceptan como válidos a partir de ello.

### **4.1. CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU EN TUXTLA GUTIÉRREZ**

Los Otakus son un grupo de jóvenes que han ido de ser catalogados de diversas maneras como: tribu urbana, subcultura, culturas juveniles, en esta investigación el grupo de Otakus será entendido como comunidad Otaku; los cuales atraviesan un proceso de conformación identitaria de forma inconsciente en sus inicios, hasta llegar a hacerlo consiente en el momento que se

autodefinen como “Otakus” con un sentido real de pertenencia.

Este proceso de construcción se lleva a cabo a partir de un primer enganche o acercamiento del sujeto Otaku con alguno de los productos de consumo como el anime/manga/música/doramas, que lo lleva a un segundo paso como es el aprendizaje sobre la cultura, con ayuda de nuevas personas que comparten el mismo gusto o interés que ellos con los que llevan a cabo cierta serie de actividades ya establecidas para fortalecer la identidad del Otaku dentro del grupo o club. Mientras que a la par este mismo lleva a cabo un refuerzo identitario Otaku, a partir de la realización de prácticas o actividades fuera del grupo en su vida cotidiana.

Los Otakus de Tuxtla Gutiérrez no solamente forman grupos que intercambian manga y anime, sino que crean una cultura emergente<sup>1</sup>, en el sentido de que comparten un sistema de significados, creencias, valores y prácticas comunes, y es cultura porque coexisten en espacios determinados consumiendo un paquete cultural definido, es decir, infundiendo significados particulares a las distintas actividades que realizan, éstas se convierten en prácticas culturales y a su vez en referentes culturales dentro de la misma sociedad.

A Partir de estos referentes culturales es como se crea el imaginario que se construye del Otaku a través de los medios de comunicación, el cual se vuelve un significante distribuido que en el caso de los Otakus, vienen a ser el hecho de pensar que por gustar del anime y manga se convierte en un Otaku cuando para tener una identidad Otaku tiene que ver con una red de significados contruidos a través de prácticas, comportamientos y relaciones sociales que lleva a cabo el individuo dentro de cierto tiempo y espacio, posteriormente son resignificados por el sujeto para lograr cargar a estos significantes distribuidos de significados ya convencionalizados en la comunidad Otaku.

---

1 Se les llama así, al ser grupos que rompen con los esquemas culturales tradicionales, pero desde una perspectiva local en las formas de integración entre los jóvenes, que se encuentran muy influenciadas por los medios masivos de comunicación o de la cultura de masas.

## **CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU**

### **4.1.1. INTERIORIZACIÓN DE LA CULTURA ORIENTAL EN LOS OTAKUS DE TUXTLA**

#### **GUTIÉRREZ Y SUS IMPLICACIONES**

Como anteriormente se mencionaba existe un proceso ya sea consciente o inconsciente de la adquisición de esta identidad, pues para ello se lleva un proceso de interiorización de los referentes distribuidos de los que se han hablado y a partir

de los cuales estos jóvenes pueden llevar a cabo una significación construida y un significante distribuido.

**El proceso de interiorización de la cultura oriental es muy importante para entender la construcción de la identidad Otaku**

De esta manera se usa el concepto de interiorización para describir el sentimiento de pertenencia de un objeto, nombre o idea de manera que este se introyecta en la persona que lo asume.

Esto a partir de que los productos de entretenimiento oriental, tienen un factor que cumple con el estereotipo que se tiene del Otaku fuera de Japón a lo que se conoce como la identidad globalizada, y acentúa el hecho de que se trata de una cultura diferente, con valores que en ocasiones no se comprenden y costumbres que no se comparten. Por esta razón, se considera que este proceso de interiorización de la cultura oriental es muy importante para entender la construcción de la identidad Otaku ya que esta se genera a través del consumo de las producciones japonesas en occidente.

Así se entiende que los productos de entretenimiento oriental se encuentran dentro de la sociedad de consumo debido a que su producción se adapta perfectamente a los requerimientos de hegemonía del proceso mercantil; sin embargo, estos productos se alejan de las características comunes de un producto de entretenimiento al surgir este distanciamiento con la sociedad de consumo a través de la narración y contenidos quienes muestran una idea diferente a lo que comúnmente

aportan los productos que se ven en occidente.

Debido a la interiorización de la cultura por parte de los jóvenes Otakus que tiende a realizar cierto distanciamiento con la sociedad de consumo a través del consumo de estos productos, suelen ser ellos quienes logran ver con otros ojos, otra mirada; a estos mismos que abordan temáticas que en la actualidad siguen siendo tabús en occidente como es el claro ejemplo de la sexualidad.

Al momento de que el joven Otaku interioriza ciertos comportamientos o contenidos de la cultura oriental a través de los productos y las vuelve parte de su vida cotidiana, al desarrollar constantemente actividades que dan pie a la conformación de su identidad como Otaku; también al mismo tiempo esta identidad se exterioriza ante la sociedad donde se desenvuelve cuando puede hacerlo.

### **4.2. SER OTAKU LA CONFORMACIÓN DE UNA IDENTIDAD**

Dentro de la conformación de la identidad se puede identificar que en la mayoría de los jóvenes observados y que aceptaron a participar en el grupo de discusión que se llevó a cabo para la recolección de la información, la generalidad al mostrarle una recopilación de los animes que han pasado en la televisión a través de los años; mostraron cierta alegría y nostalgia al volver a ver y escuchar los *opening* de los animes que llegaron a disfrutar en su infancia siendo en algunos casos tan emblemáticos que al observarlos “los ojos se les llenaron de alegría y en algunos casos estos, cantaron estrofas o el *opening* completo del anime a la par que este se les presentaba”.

Esto conlleva a realizar una ruta sobre el proceso que atravesó el joven a partir de su primer contacto el cual sucedió cuando estos se encontraban en muchos de los casos en sus 5 o 6 años de edad, apenas iniciaban la primaria y los animes solo eran conocidos como caricaturas.

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

Todos empezamos siendo “Otakos”<sup>2</sup>, la diferencia es diversificar”; pues quien es Otaku busca la idea de que es un por ejemplo: Naruto no es todo el anime, no nació hace unos años nomas y así nació el anime; es por eso que cuando habla con alguien más y es un bueno existe más anime, hay más manga, existen más cosas; entonces ahí el sujeto evoluciona de ser Otako a Otaku y es cuando realmente empieza a saber y conocer (F. Pérez, comunicación personal. 2014, noviembre 15).

Lo que nos hace pensar que entonces el joven que se interesa por el anime y manga tiene que pasar por ciertas etapas para poder llegar a la conformación de esta identidad Otaku en la que se ha centrado esta investigación.

Dentro de esta ruta sobre el proceso con los jóvenes participantes del grupo de discusión, resalta el hecho de que todos coincidieron en la forma de comenzar en el mundo del anime/manga. Al mencionar que ellos iniciaron el consumo del anime desde niños por medio de la televisión abierta sin tener el conocimiento previo de que este tipo de caricaturas eran provenientes de Japón y mucho menos que a estas se les conocían como animes.

Al escuchar estas respuestas se pudo deducir que esta etapa de su vida fue importante para la construcción de la identidad Otaku, pues en algunos casos al ver sus reacciones como las antes mencionadas al mostrarles el video recopilatorio de los animes y escuchar sus comentarios sobre ellos al momento de la reproducción del mismo se logró observar un momento lleno de recuerdos en cada uno de los participantes. Algunos de los animes vistos y mencionados por los jóvenes Otakus son: Dragon Ball y Dragon Ball Z, Digimon, Sailor Moon, Pokemon, Mikami La Casa Fantasma, Ranma 1/2, Los Caballeros Del Zodiaco, Guerreras Mágicas, Súper Campeones y Saku-

---

<sup>2</sup> El término “Otako”, es utilizado por algunos de los Otakus para referirse a aquellos que consideran falsos Otakus, debido a que este se centra en muchas ocasiones solo en un anime por mucho tiempo, sin mostrar interés en algún otro o alguna otra actividad relacionada con el ser Otaku; siendo en muchos casos personas que todo el tiempo se jactan de ser Otaku por seguir solo un anime.

ra Card Captor. Animes que fueron transmitidos en la época de los 90 en los canales de Televisa y TV Azteca como parte del entretenimiento infantil.

Cabe aclarar que los animes mencionados por los jóvenes pertenecen a una clasificación de géneros como el shonen y shoujo clasificaciones que en Japón son especiales para el público infantil; colocándose como los más entretenidos en ese tiempo para los niños.

La trayectoria del conocimiento de que estas caricaturas se llaman animes y el gusto por este hasta convertirlo en una identidad; es el procedimiento que los jóvenes siguieron según lo que mencionaron. De esta manera a partir del momento en que el joven conoce que a éste tipo de serie se le llama anime se empieza a interesar más por saber sobre el producto y por ende sobre la cultura de la que provienen.

En ese instante es cómo se puede apreciar el inicio de la conformación de la identidad del joven Otaku y como ésta se encuentra atravesada e influenciada por la educación, la familia, los grupos de amigos y los medios de comunicación los cuales se irán desarrollando en los siguientes apartados.

El hecho de mencionar que el joven desde muy temprana edad puede pasar por un proceso que tiene que ver con un sentido de pertenencia a un grupo y la afirmación o fortalecimiento de una identidad; como es el caso de los jóvenes Otakus quienes se asumen así mismo de esta manera;

significa marca el paso entre no ser Otaku y serlo, esto ocasiona considerar los momentos que preceden tal denominación de pertenencia misma; se ha venido hablando de una relación entre el manga/anime y el hecho de que el joven se denomine Otaku, de tal alcance que resultaría casi imposible contemplar la presencia de los Otaku si no existieran el manga y el anime, que como se ha dicho en apartados anteriores vienen a ser el

---

**Los jóvenes Otakus**  
quienes se asumen así mismo de esta manera; significa marca el paso entre no ser Otaku y serlo

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

objeto principal por el cual nacen los Otakus.

Para considerar que hay un proceso de conformación de la identidad Otaku, se hizo necesario revisar las formas de relación que existen entre el sujeto con respecto al grupo en el que se integra y para ello es importante recordar que Identidad se define como el conjunto de rasgos específicos de un individuo o grupo que se construyen en la interacción con los otros y le permite diferenciarse de estos; este hecho señalaría que aun cuando se habla de una identidad personal, esta se construye únicamente en la medida que el sujeto interactúa con otros; considerando que la identidad del sujeto no se puede construir sin la interacción con los otros, de esa manera lograr describir el proceso que incluye las particularidades de lo que se ha denominado como identidad Otaku.

Muchas veces al hablar de esta identidad como Otaku a la que se ha hecho mención y sobre la que recae la investigación; se llega a hablar sobre si realmente se hace alusión a una identidad Otaku o solo se habla de Otaku como una identificación, sobre todo cuando lo encontrado en primera instancia es que Otaku representa una identificación que posteriormente se refleja como una identidad, apareciendo en este Orden.

De ahí que el ser Otaku lleve a pensar que en un primer acercamiento este sea simplemente una Identificación Inicial, la cual se da con el primer contacto con los productos de entretenimiento como el anime y manga; con ello los sujetos se hallan frente a un gusto particular dotado de sentido que posteriormente logra en el joven la atribución de rasgos y características particulares, que las personas al relacionarse con las mismas sienten como atribuibles a sí mismos y lo acompañan de un sentido de pertenencia.

Para mí el hecho de ser Otaku representa una identidad, debido a que hay características que marcan a una persona, no solo su afición por el anime, sino el hecho de tomarlo como suyo y asumir que no es solo cuestión de ver dibujos de animación japonesa, sino que hay algo más allá de ver o analizar una serie, es el hecho de poder crear una realidad paralela sin dejar de ser uno (A. Ovilla, comunicación personal. 2014, noviembre 06).

Para el joven asumirse como Otaku, marca un punto clave para la creación y conformación de la identidad, en el que los sujetos parecieran tomar la decisión de asumirla o no como identidad; decisión a partir de la cual el joven ciudadano dice Soy Otaku y apropia cambios en su manera de actuar, en sus rutinas diarias, en el tipo de eventos a los que asiste y en las personas con las que se relaciona.

Pues yo creo que depende de cada uno y depende de la definición que cada uno tenga de la palabra Otaku, te das cuenta cuando entras en ese concepto cuando tus intereses van enfocados a la cultura japonesa, desde que te metes a mas eventos que te gusta el anime, te metes de lleno a los videojuegos, pero sobre todo tu máxima ideología o gusto es hacia el Japón, ahí desde ese momento te considerarías una persona Otaku (M. Yépez, comunicación personal. 2014, octubre 25).

Esta afirmación, es el resultado de cuando el joven decide nombrarse y ser Otaku, el dilema entre la singularidad de ser un fanático de la cultura oriental y la similitud del mismo gusto con otros, que remite a la diferencia, a aquello que se comparte con cada uno de los demás integrante dentro de los clubs y a lo que le hace diferente a cada uno de ellos, aun cuando todos se identifiquen como Otakus.

Yo creo que desde antes de que ingreses ya eres un Otaku, algunos pueden decirse que son de closet, porque ya que desde que ves anime o lo escuchas o tienes un manga o no se te lo mostraron no sabes dónde adquirirlo o vas a una convención o tienes una figura, o tienes una imagen o una ficha en una libreta o en tu laptop, entra un chavo y te dice oye tú también eres, quieras o no si llegas a dibujar ya puedes considerarte uno, y cuando llegas al club pues lo único que haces es alimentar, fomentar o expandir todo eso (A. Ovilla, comunicación personal. 2014, noviembre 06).

De ahí que en la investigación presente se considere la existencia de una identidad Otaku, ya que señala un conjunto de rasgos específicos construidos y compartidos por el sujeto y a su vez por el grupo en la interacción con otros, que a la vez

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

les permite diferenciarse de estos.

### 4.2.1. ¿QUÉ SE NECESITA PARA SER OTAKU?

Al dejar en claro que existe una identidad “Otaku, es claro que la identidad como lo hemos mencionado en apartados anteriores, está influenciada en gran medida por su entorno social y aspectos exteriores al sujeto ya que aunque se diga o hable de una identidad personal, está siempre exigirá de la interacción con los demás, debido a que necesita de la presencia de otros que la reconozcan.

Vas descubriendo al paso del tiempo que hay más gente como tú, y no te sientes solo en este mundo como algo raro, que es lo que a mí me paso; entonces empecé a conocer más gente y entonces empiezas a conocer el mundo Otaku, y ya sabes que a las personas que les gusta el anime y se les denomina Otaku y poco a poco te vas metiendo más y más en la cultura japonés, porque quieres saberlo todo, porque te gustaría formar parte de su cultura y te vas enamorando de todas las cosas que hacen y demás (A. Grimaldi, comunicación personal. 2014, noviembre 15).

Cuando el joven puede denominarse “Otaku”, este es concebido de esta manera cuando aparece otro que lo reconoce como tal; puesto que la construcción de esa identidad en la parte de la identificación con sus personajes favoritos, los cuales le llevan a construir a partir de esta identificación una forma de relacionarse con otros y de hablar sobre su identidad, representada en lo que es, lo que le gusta, las cosas que hace y la forma de hacerlas.

Lo anterior no solo apunta a la necesidad de la presencia de otro que reconozca esa identidad, sino que además exige una revisión de esas características o rasgos específicos que hacen que una persona pueda ser denominada Otaku; una primera característica es el gusto por el manga o el anime, otros elementos son señalados por algunos entrevistados y participantes del grupo de discusión, como respuesta a la pregunta si pudiera determinar que una persona sea Otaku o no ¿Cuáles serían los requisitos?, ¿Qué se necesita para ser Otaku?:

**M. Yépez :** Las características de un Otaku con respecto a Japón, con respecto a lo descrito de nuestros amigos japoneses que les hemos preguntado, pues es una persona reclusa, es una persona introvertida, realmente se la pasa en su casa y no hace otra actividad social más que sus cosas en su casa, porque Otaku significa casa en japonés, y con respecto a México a la concepción que se tiene, es una persona que le gusta el anime, que le gustan los videojuegos, que comparte el gusto por la cultura japonesa y tienen algún tipo de introversión hacia un círculo más cerrado de personas que compartan el mismo tipo de intereses.

**A. Ovilla:** Antisocial, flojo no todos, pero la mayoría creativo, activo, reservado en un principio pero luego se vuelve extrovertido, la mayoría de la gente busca que le rompan el cascarón y empiezan a platicar empieza a expandirse a mostrar lo que le gusta y a veces te sorprende porque hay cosas que tú desconoces y aprendes de más...este, que cosa sería, con ganas sentido de participar ganas de participar yo creo que es una característica que eh encontrado con todos por ejemplo si se hace una reunión o fiesta digamos es esta fecha de posadas o de cumpleaños o grandes rasgos una convención quieren participar quieren apoyar son activos cuando se trata de generar algo para el club y poco a poco ese antisocial se te va quitando pero se les va quitando eso es lo que creo que le ayuda a los clubs porque te vas quitando ese plan la mayoría viene muy antisocial ariscos pero conforme van llegando a reuniones se van integrando y esa característica se va quitando y ese vuelven personas sociales.

**L. Méndez:** Un Otaku puede ir desde aquella persona que le gusta dibujar, le gusta vestirse como su personaje, o simplemente ve la serie que le gusta, vaya es un mundo muy grande que tenemos las personas a las que nos gusta esto.

**I. Pérez:** Aquí en México nos conocen como Otakus, pero todos piensan que somos unos vagos, vagabundos que no hacemos nada, pero no se dan cuenta de que es lo que significa ser un Otaku; el ser un Otaku es simplemente ser fan o tener un gusto por alguna cosa, la forma en que no comprenden el porque nos gusta algo es donde nos catalogan.

## **CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU**

Cada persona tiene un concepto diferente, ya que ser Otaku no solo es ser aficionado a las series o al manga, como normalmente se piensa, sino se debe tener un gran conocimiento no solamente de los animes y los manga del momento, también se debe saber de cultura japonesa y estar empapado respecto del tema del lejano oriente.

El ser Otaku no es solo que te guste la animación japonesa, sino que es una persona que le interesa, pero investiga quién es el autor del anime, manga, cuantos capítulos, cuantos personajes consigue y compra los soundtracks, las series y se informa, sin embargo, a raíz del boom de naruto muchos chavitos que les gusto empezaron a decir soy Otaku pero así nadamas de pura palabra pero si les preguntas de una serie o de un personaje o una canción no saben no lo respondían (N. Gurria, comunicación personal. 2014, noviembre 10).

Aparte del gusto por el anime y el manga, el “Otaku Tuxtleco”, confiere gran importancia al conocimiento sobre la cultura Japonesa como se ha venido mencionando, sobre el manga - anime (más allá de haber visto una u otra serie), algunos refieren sentir un poco de irritación cuando se encuentran con personas que dicen ser “Otakus”, pero desconocen lo que significa o no conocen nada de géneros, clasificación del anime y mucho menos de Cultura Japonesa.

El motivo de que aquel que se dice Otaku solo por el hecho de haber visto naruto y ya me siento Otaku, nosotros tenemos un término para llamarlo y lo llamaos “Otako” porque es un falso Otaku, no es un Otaku porque te puede decir es que ya lo vi y he investigado de la cultura y todo lo demás, este sigue sin ser Otaku; porque el Otaku es quien ve tal género o ve tal cosa y lo puede explayar a mas allá, eso es ser poser (F. Pérez, comunicación personal. 2014, noviembre 15).

### **4.2.2. COMPONENTES DE LA IDENTIDAD OTAKU**

Siguiendo los planteamientos teóricos de Larraín (2003), sobre componentes de la identidad, se revisaran estos a la luz de lo observado en la comunidad Otaku, los componentes pro-

puestos son:

**Cultural.** Los Otakus también se definen a sí mismos en términos de categorías compartidas, las cuales poseen un significado común para aquellos que se asumen como Otakus o que tienen conocimiento sobre lo que implica serlo; estas categorías como dice Larraín contribuyen a especificar al sujeto y su sentido de identidad, ejemplo de ellas son las clasificaciones de Otakus dentro de los cuales están los cosplayers, los Visual Key, akiba-kei, gamers, entre otros.

**Social.** Este componente habla de dos sentidos en los que la identidad hace referencia a los “otros”. Para el caso de los Otaku, estaría en primer lugar los pares (Otros Otaku), y los grupos Otaku, siendo aquellos cuyas opiniones acerca de sí internalizan y cuyas expectativas se transforman en auto expectativas de cada Otaku creando entre ellos nuevas resignificaciones del mismo nombre con el que se identifican. Las otras personas o grupos no Otaku, serian aquellos con respecto a los cuales los Otakus desean diferenciarse. Pueden ser ejemplo de estas las pertenecientes a alguna tribu urbana o subcultura.

**Material.** En los Otaku, el componente material tiene gran relevancia, aunque no se puede hablar de un atuendo particular que los distinga; Larraín (2003) dice que los seres humanos proyectan simbólicamente su sí mismo, sus propias cualidades en cosas materiales, partiendo de su propio cuerpo; se ven a sí mismos en ellas y las ven de acuerdo a su propia imagen.

Los Otaku establecen relaciones particulares con objetos e imágenes, a las que conceden ciertos afectos porque tienen el carácter de ser colección; esta es otra característica casi general en los Otaku, el coleccionismo como ya se había comentado en capítulos anteriores.

Los objetos de colección de los Otaku, están relacionados con lo que plantea el componente material de la identidad, en tanto la colección está compuesta por objetos relacionados con las preferencias del sujeto, que teniendo en cuenta la diversidad de opciones que ofrece el anime y el manga, hablan también de gé-

## **CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU**

nero (acción, horror, misterio, etc.), temáticas y otros, dentro de lo cual cabe señalar, que el hecho de ser Otaku no es sinónimo de un gusto indiscriminado por todo el anime y manga existentes.

Los gustos que vas desarrollando podría ser coleccionista si compras desde figuritas en miniaturas hasta figuras muy costosas de \$1,500.00 o precios especiales; te puedes volver coleccionista de varios géneros, te puedes volver modelista, crear figuras a escala, cosplayers, dibujante, programador, analista de redes o te puedes volver un montón de cosas; todo depende de que gustos puedes ir adquiriendo y de la clasificación del anime que vas viendo eso te abre un panorama diferente, por ejemplo, en mi caso me encanta mucho la programación[...]O sea una identidad a través de una propia clasificación dentro del grupo; dependiendo la clasificación y depende el género del anime porque por ejemplo del anime puede gustarte lo de pelea pero y puede ser solo una figura o puedes hacer cosplayer o dibujante dependiendo del género o músico hay muchos animes musicales o deportista hay muchos animes de deporte y eso inspira a muchos jóvenes no solo en Japón si no en muchos países yo creo que la serie que te atrajo y te enamora te puede crear una identidad y te acompaña hasta crearla. (A. Ovilla, comunicación personal. 2014, noviembre 06)

Estos componentes, tal como aparecen en la identidad del joven Otaku, ante la sociedad tienden a obedecer algunas referencias de lo que se entiende por un Otaku japonés, ya que resulta hasta el momento en algunas ocasiones difícil desvincularlo de su origen. Sin embargo, se habla de un Otaku Tuxt-leco por las particularidades que estos imprimen al sentido de ser uno, ya que tienen que ver con la pertenecía a otra cultura, diferente a la Nipona, en este caso la cultura Mexicana.

### **4.2.3. EFECTOS DE LA IDENTIDAD OTAKU**

Asumirse de una u otra manera, tiene efectos tanto en lo personal como en lo social; esto a partir de que una persona toma sus propias decisiones, como en el caso del joven que al asumirse como Otaku, lo lleva a hacer cambios en sí mismo para ser lo que desea, pero también produce cambios en las personas que le rodean.

Tanto los efectos sociales, como los personales, apuntan a la relación con los otros desde el momento en que una persona se asume como Otaku, inicia un proceso de construcción y reforzamiento constante de la identidad con la búsqueda de aceptación por parte de la familia o amigos y el reconocimiento de los pares; por ello los cambios personales requeridos para hacer de sí mismo la imagen de lo que representa la identidad Otaku.

Dentro de estos efectos se puede notar que se comienza a ver cierto proceso de interiorización de la cultura oriental, lo que ocasiona que dentro de los mismos grupos de Otakus se van creando tipos o clasificaciones de estos de acuerdo a varios factores como son el tipo de actividad que realizan más o en el caso del sujeto nos referiremos más al grado de madurez en la conformación de esta identidad. En base a esto dentro del grupo de discusión realizado los participantes mencionaron:

**F. Pérez:** por el momento todos empiezan siendo nada; esto es como una evolución que se va haciendo; nosotros cuando empezamos éramos fans de dragon ball o caballeros del zodiaco y no faltábamos a levantarnos a las 7 de la mañana para verlo; pero he ahí el grado de fanatismo, una cosa es la creencia el gusto por algo, y otra cosa es el fanatismo pues ya no entra dentro de un punto válido de un Otaku.

**A. Grimaldi:** entonces voy a formular una pregunta licenciado, ¿en dónde radica la diferencia o esa línea invisible entre ser un Otaku, Otaku y llegar al punto del fanatismo?

**F. Pérez:** originalmente y por ejemplo a mi gusto y consideración, el Otaku normal por ejemplo va es fanático de una serie, le gusta tales animes, ha ido a algunas convenciones, llega a vestir o cosplayarse, utiliza equis o zeta motivo en la ropa para demostrar el gusto por ser Otaku, todo es perfectamente normal, pues hasta ahí vamos bien. El fanatismo se vuelve cuando por ejemplo te topas con gente que copia el carácter completo, un *copy paste*, de un personaje; va una cosa es que yo me sienta atraído por tal anime y otra muy distinta que yo me considere ese personaje, eso ya no es normal; pues yo tengo una personalidad propia. Es por ejemplo como lo de naruto que aparece en la imagen icreer en tus

## CONFORMACIÓN Y RELACIONES SOCIALES

sueños<sup>3</sup>!, si completamente, pero si yo me topo con un tipo con la chamarrita de naruto, que me copia las frases, modismos, detalles, y hasta las expresiones de naruto, que voy a pesar; ¡es fanático!

**A. Grimaldi:** pero también existe y a mí me ha pasado, que por ejemplo; llega un punto en el que te identificas, no copias, te sientes identificado con el personaje, ¿eso ya no es fanatismo?

**I. Pérez:** hace como unas dos semanas creo que hable contigo Jazmín sobre esto, y ella me preguntaba si yo me identificaba o era un estilo de vida para mí el ser Otaku o simplemente era un gusto, a lo que le respondí que para mí era meramente un gusto. Porque para mí que te identifiques como persona no necesariamente necesitas ser Otaku, talvez te pueden identificar por ser deportista, por ser estudioso, por donde trabajas, ósea es un gusto que forma tu identidad pero que no necesariamente te identifique. Yo personalmente clasifico a los Otakus en tres categorías que serían:

**El Otaku social:** es aquella persona así como estamos acá, que tú sabes dónde ser Otaku, que no necesariamente tienes que serlo en tu lugar de trabajo, ni vas a llegar a la iglesia ¡oh dios goku!, ósea no, no; ciertamente, tu sabes dónde y también identificas a la gente con la que puedes entablar una conversación Otaku; si tu jefe por ejemplo se presta para eso, digámoslo así en el trabajo, lo haces, que te diga ¿oye viste el manga que salió?, oh si, si, ya sabes con quien, porque te van dando la pauta para hacerlo.

**El Otaku reprimido:** es aquel al que le gusta el anime, pero lo quiere hacer escondido, al que quiere hacer frikeses, pero se pone a pensar ¿Qué va decir la gente de mí, si me ve haciendo esto, si me ve vestido? Y llega a ser tanta su forma de ser reprimido que cuando ya no sabe que más hacer se siente acorralado, se siente reprimido, y que hace ataca a la gente con esos mismos gustos, pero llega a su casa y tiene toda la serie de dragon ball en su computadora y la llega a ver solo.

---

<sup>3</sup> Imagen utilizada durante el grupo de discusión; la cual se les presento a los participantes para generar más debate entre ellos sobre las cuestiones o reglas que se mencionan deberían ser o caracterizar a un Otaku (ver en anexos).

**F. Pérez:** creo totalmente lo que dices, y eso es horrible, sobre todo en la parte cuando dices, eso es cuando divides tu vida en dos partes, y entonces es eso de esta es la parte Otaku, la parte reprimida que tengo pero no la voy a explayar y ante otro voy a comportarme como la gente normal lo suele hacer, entonces ahí es la parte fea si lo quieres ver de esa manera.

**I. Pérez:** si claro esa es otra de las clasificaciones; para mí como Otaku es la peor, porque te atacan siendo ellos también los que tiene ese gusto y al no poderlo expresar se reprimen y se vuelven así como argggg!!!, (viven en la sombra); bueno y la última clasificación que tengo sería:

**El Otaku nini:** prácticamente lo he visto del 2004/2005 para acá, porque, porque son chavitos que ya lo ven como su modo de vida, tiene sueños demasiado guajiros, en extremo guajiros, créeme, como cuales, conozco a muchas personas que dicen: no es que yo se dibujar y voy a hacer mi manga y lo voy a publicar y después van a hacer el anime y de eso voy a vivir para siempre; y como hace rato estábamos en el desayuno platicando con ella; si chido tu sueño, está muy padre tu sueño, pero estas en la prepa, no te gusta ni el dibujo, ósea y te vas a inscribir en cursos o algo pero no la vas a tomar como tu carrera; no son realistas son demasiado fantasiosos; pero como la mayoría de este tiempo se han vuelto así que son personas que no trabajan, que ya terminaron su prepa o su licenciatura y no trabajan y tampoco buscan hacerlo, están muy cómodos viviendo en su casa, alimentados por sus padres, dependiendo completamente de ellos.

**F. Pérez:** si precisamente esta clasificación es la que te digo que yo considero como Otako, porque el Otako es como dice el dicho no picha, ni cachá, ni deja batear; porque al final de cuentas es un no deja hacer, no se deja hacer, ni tampoco avanza nada pues, eso para mí es un Otako y el Otako está enfrascado aquí y esto no va salir nunca.

**I. Pérez:** Y últimamente esto es la clasificación que la sociedad nos da a la mayoría sino es que a todos; la sociedad nos empieza a clasificar como vagos, como rebeldes, como buenos para nada, gracias a esta clasificación que te digo. Porque la primera clasificación; los que somos de esa, yo me ca-

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

talogo como uno dentro de ella, de los sociales, tenemos esa espinita de dar más, y también sabemos diferenciar la fantasía de la realidad; entonces la mayoría que está clasificada en esta o son profesionistas, no están enfrascados en una sola idea de hacer las cosas, tienen pareja, tienen vidas; no necesariamente nos enfrascamos en ese mundo como lo harían los ninis o los reprimidos que también lo hacen, lo malo es que la sociedad no se da cuenta que la mayoría que somos los sociales hacemos también girar al mundo, por la mayoría de nosotros, hay internet y la tecnología avanza; increíblemente la mayoría de los Otakus están enfocados a un mercado electrónico, no sé por qué.

Con ello los participantes dejan entrever en su conversación puntos importantes para distinguir a aquella persona que tiene una identidad Otaku cimentada por llamarla de alguna forma, de un Otako y un aficionado. Por ello cabe mencionar que esta identidad que se ha venido analizando en cuanto a su proceso de formación no quiere decir que este adopte una identidad olvidando los modelos de uso de la cultura establecidos de su lugar de origen sino que por el contrario este lo complementa a partir de este gusto que adquiere como lo comentaron los jóvenes dentro del grupo de discusión que se llevó a cabo.

**F. Pérez:** El hecho de que seamos Otakus no quiere decir que dejemos de ser mexicanos y que por ende dejemos de tener nuestros modismos propios de aquí como "no mames", tal vez al inicio si los usábamos pero con nuestros amigos, y hasta eso con cierta gente. Entonces eso es lo que me encanta pues porque independientemente de que somos mexicanos el ser Otaku también te hace que adoptes la cultura japonesa, sin perder tu cultura.

**L. Méndez:** es como amalgamas

**A. Grimaldi:** ósea deberíamos de aprender todo lo bueno de los japoneses, y aplicarlo.

**I. Pérez:** eso es lo que, debes de aplicar en tu vida diaria; esa es la enseñanza que debes tomar y no el que vas a tirar poderes, sino precisamente eso el orden que ellos tiene para hacer las cosas; porque todo lo que hacen es con honor porque para ellos el honor es uff; es todo para ellos el honor.

### 4.3. ENTORNO SOCIAL DEL OTAKU

Los “Otakus Tuxtlecos”, a diferencia de los japoneses, tienen una considerable tendencia a la sociabilidad y solo en muy pocos casos algunos al igual que los japoneses tienden a ser solitarios y aislados; también es cierto que cuentan con un medio social representado con la idea del “grupo Otaku”, al que se vinculan para conocer, transmitir o fortalecer la identidad que han creado en sí mismos como en los demás; con todo aquello que se encuentra vinculado con ser Otaku.

Por ello este entorno social hace referencia a los lugares en los que se lleva a cabo el proceso de una construcción de identidad del sujeto, que concluye en la persona que se asume como Otaku. Se encuentra entonces por un lado, lo social entendido como los grupos Otaku y por otro, entendido como aquellos grupos o personas que no son Otakus y que en la mayoría de los casos (como se ha evidenciado), desconocen el término Otaku, pero en cambio están familiarizados con la noción de manga - anime como procedentes de Japón, estos últimos estarían representados por la sociedad o cultura dentro de la cual se forman los Otaku y los grupos Otakus.

Lo social haciendo alusión a la relación que los Otaku establecen con sus pares, es decir, los grupos Otaku, resulta ser un aspecto importante en la construcción de una identidad Otaku; el encuentro con personas que comparten los mismos intereses, el deseo de dar un nombre a este gusto que los une y adoptar este nombre como aquel que los identifica es parte de la interiorización del sujeto hacia su conformación.

Uno de los fundadores del AFC uno de los clubs que existen en la ciudad capital, al hacerle la pregunta ¿es importante para el Otaku pertenecer a un grupo?, dijo: “Depende, para un Otaku veterano como nosotros puede no ser relevante;

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

pero para los jóvenes sí, porque es así como encuentran personas con gustos afines” (A. Ovilla, comunicación personal. 2014, noviembre 06).

Con ello se puede ver que una de las características más importantes para el desarrollo de una identidad Otaku, viene a ser el hecho del tiempo y la convivencia que el joven pasa desde el momento de su primer contacto con los productos como el anime/ manga y el club al que pertenece.

Siguiendo con la misma pregunta y para contrastar la respuesta anterior uno de los chicos participantes del grupo de discusión realizado respondió esta pregunta de esta forma:

“Por supuesto, como toda sociedad es necesario estar con la gente que entiende nuestros gustos y que aporten a algún tema en especial sobre ello; sin embargo, se ha visto que la distancia cultural, de edad y las nuevas tecnologías tienden a hacer esquivo al público mayor de 30, como yo” (F. Pérez, comunicado personal. 2014, noviembre 15).

Lo que hace reforzar con más fuerza la idea de que la identidad Otaku se construye y se va formando gracias a la interacción y relación que se tiene con el grupo de pertenencia y los años de convivencia y aprendizaje que se van teniendo dentro del mismo.

Así de igual manera como menciono Pérez el Otaku al ser más grande muchas veces tiende a alejarse del grupo y se puede notar una serie de factores, que hacen que el sujeto se aleje de la comunidad Otaku como: la edad, los compromisos sociales que va adquiriendo el sujeto, la economía, entre otros factores; que afectan de alguna manera al sujeto por lo que este se va alejando de la comunidad sin renunciar a su identidad como Otaku.

Situación que conlleva a reafirmar que el periodo que el sujeto paso dentro del club en forma activa, logra afianzar en el ciertas características que lo hacen definirse como Otaku dentro y fuera del grupo, siendo miembro activo o distante del mismo.

Todo lo dicho hasta el momento hace pensar en el hecho de que el entorno social es un factor importante en la crea-

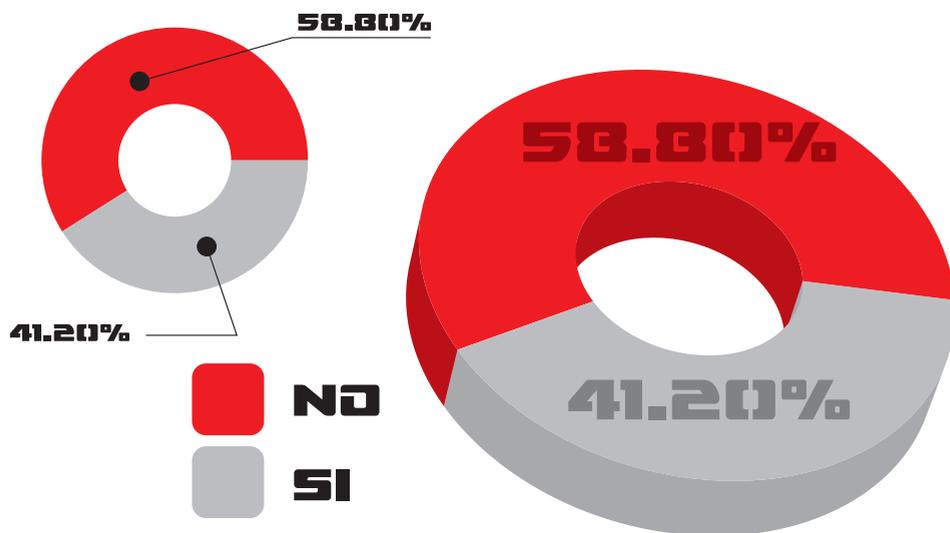
ción de que el sujeto al integrarse a un grupo se vuelve parte de una identidad que en este caso sería colectiva, y que en muchos casos es definida a partir de un imaginario social establecido por los medios y difundido para ser conocido por la sociedad; y apuntando a que esta puede ser el inicio de la interiorización de ciertos conocimientos para la creación de una identidad individual; como lo menciona Fernando González Rey (citado en Uribe y Parada, 2010, p. 129) “el rescate de un sujeto que aunque inmerso en un grupo, no se halla totalmente alienado a este”.

Ese rescate de sujeto del cual habla el autor, permite diferenciar la identidad del grupo o los clubs Otakus, de la identidad personal. Podría decirse que al definir al “Otaku” como el fan del manga/anime y de otros elementos de la cultura japonesa, se está haciendo referencia a una identidad social. Sin embargo, aun cuando cada sujeto denominado Otaku tiene como característica este gusto por estos productos, no es suficiente para que se constituya como una identidad personal que defina al sujeto. Por ellos se cree que los factores sociales como son la familia y los grupos de amigos se vuelven importantes dentro de la conformación de la identidad Otaku del individuo entendido como un ciudadano dentro de una comunidad juvenil.

### **4.3.1. EL PAPEL DE LA FAMILIA COMO PARTE DEL ENTORNO SOCIAL**

Es oportuno mencionar que la familia al ser el primer contacto con la cultura y con el mundo de un individuo esta se vuelve una de las instituciones sociales más importantes dentro de la construcción de la identidad del sujeto ante la sociedad; siendo la que le proporcionará aquellos modelos culturales (Hall, 1999) dentro de lo informal y con los que el individuo empezará a desenvolverse en su entorno y a conocer más sobre el mismo. Como se aprecia en la gráfica siguiente el joven Otaku no siempre es el único dentro del entorno familiar quien tiene este gusto por los productos de la cultura oriental.

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

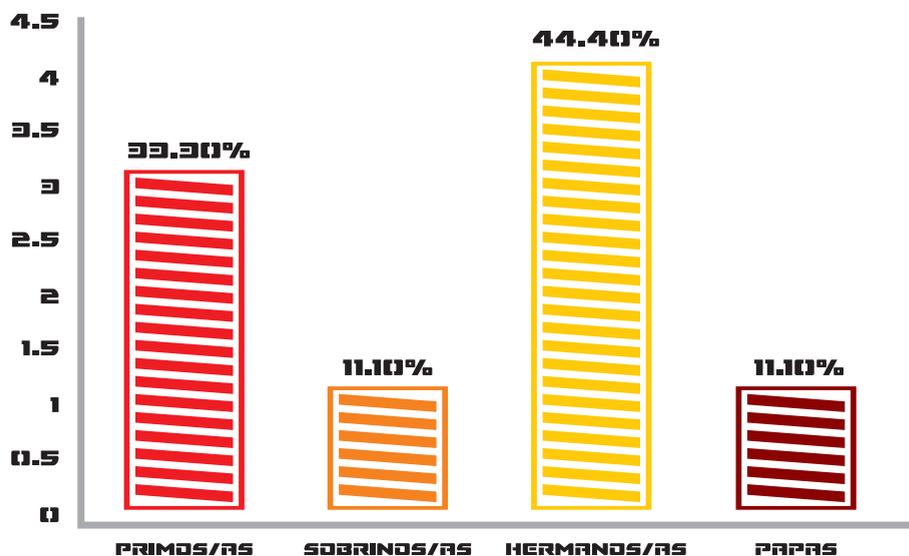


### ¿EN TU FAMILIA ERES EL ÚNICO CON ESTE GUSTO?

Al ser el 58.8 % el porcentaje de jóvenes que contestaron negativamente ante la pregunta, se puede interpretar que estos se encuentran en una relación de acompañamiento en su construcción identitaria como Otaku al poder compartir el gusto por la cultura oriental, y a su vez tener alguien con quien llevar a cabo las actividades o prácticas de reforzamiento de la identidad fuera del grupo o club de Otakus y en muchos otros casos la familia aunque no sea participe del mismo gusto puede ser participe dentro de la fomentación del gusto en el niño o joven como mencionó Méndez:

Es como nosotros fuimos influenciados por lo que vimos; sin embargo con el tiempo pudimos haber elegido el no seguir por este camino. Mis hermanos y mis papas veíamos los caballeros del zodiaco porque pasaba a la hora del desayuno cuando yo lo veía y a mis hermanos no les gusta nada ese mundo, sin embargo a mí me llamo mucho la atención y en su tiempo hice cosplay (L. Méndez, comunicación personal. 2014, noviembre 15).

## EDUCACIÓN E IDENTIDAD OTAKU



Con la gráfica anterior se refleja que lejos de ser la familia un factor importante en la construcción y reforzamiento de la identidad del joven Otaku; se aprecia cómo no solo es la familia sino que esta se concentra principalmente en el núcleo familiar más cercano el cual es comprendido por los hermanos y los padres para después ser también compartido con los demás núcleos que integran a la familia como los primos y/o sobrinos.

Claro ejemplo de lo mencionado es el presentado por dos de los jóvenes Otakus que participaron en el grupo de discusión que se realizó y en el que Méndez<sup>4</sup> mencionó:

A partir de ver los animes siento que parte de mi personalidad se conformó con ellos; y ahora que ya estoy más grande y que tengo un niño sigo viendo anime, mi hijo ve anime conmigo, nuestra familia ve anime... mi hijo tiene un nombre de anime pero si en algún momento él decide no saber nada de eso se le respeta; digo él está siendo influenciado por que está en contacto con esto sin embargo no es como que él vaya ser así; pues la influencia depende de cada persona ya que es como él lo adopta y lo hace parte de su vida (L. Méndez, comunicación personal. 2014, noviembre 15).

4 Participante dentro del grupo de discusión realizado, esposa y madre Otaku.

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU



Este fragmento muestra el papel de la familia como agente socializador y a su vez como agente de construcción en la identidad del joven Otaku. En el cual los padres y principalmente la mamá tiene mucho peso al ser la que en muchas ocasiones, es la que pasa más tiempo con los hijos tomando el

papel de educadora ante los mismos al enseñarle las normas sociales del modelo cultural de uso en el que se desenvuelven a su vez Grimaldi otra de las chicas Otakus que participo en el grupo de discusión contó una anécdota que le sucedía con su mamá a partir de este gusto que ella reflejaba por la cultura oriental.

A mí me paso algo bien curioso, porque cada fin de semana que yo salía, mi mama me decía. No ya te vas con los vagos de tus amigos, quien sabe que andan haciendo y cosas así, y al final de cuentas yo le dije: mama, ni nos andamos drogando, ni andamos armando alboroto, ni nada por el estilo; sin embargo mi mama fue entrando poco a poco en esta onda de la cultura del anime, aclaro no ve anime, pero si como que capta la idea de lo que es toda esta onda y como que ya es más chido porque ya no te dice es que tus amigos los vagos, ya sabe exactamente que estás haciendo y porque te gusta el anime (A. Grimaldi. Comunicación personal. 2014, noviembre 15).

Este caso es ejemplo de como la familia siendo o no sus integrantes van acompañando e incluso aprendiendo sobre el joven que esta construyendo una identidad como Otaku, lo que en ocasiones se vuelve una forma de acercamiento y convivencia con los padres como en el ejemplo de la participante al poder ella explicarle de que se trata el ser otaku y a su vez su mama poder conocer y saber más sobre este gusto y cultura.

Normalmente, las madres no sólo tienen a los hijos sino que están a cargo de ellos desde el nacimiento hasta la edad escolar y, sin desmedro de un creciente papel de los padres en el proce-

so de la crianza [...], la responsabilidad de esa tarea sigue siendo fundamentalmente de la madre, o distribuido entre la familia, ante las ausencias de padre y madres, por razones de trabajo.

De ahí que se cree que la madre es el agente socializados fundamental. Desde el comienzo de la vida se comunica con el bebé, comienza a transmitir – vía lenguaje – su nivel cultural y, con los actos cotidianos ilustra sobre normas y valores que serán los referentes de la conducta del niño.

Esto no quiere decir que solo la mamá funge como educadora en el núcleo familiar, sino, también el padre, los hermanos y la familia en general en algunos casos, pues son ellos quienes al llegar un nuevo miembro/integrante a la familia, se encargan de transmitirle todos los conocimientos necesarios para que este pueda desarrollarse plenamente dentro de la sociedad a la que pertenece desde el momento de su nacimiento; así como la enseñanza de ciertos gustos los cuales son transmitidos a partir de su vida cotidiana a sus hijos.



Siento que nosotros somos una familia bastante nueva, mi hijo tiene el nombre de un personaje de anime y a él le gusta; pero si en algún momento nos dice sabes que no quiero saber nada de esto, pues es muy libre de elegir como lo hicimos nosotros; está siendo influenciado, porque desde chiquito está teniendo contacto con eso, sin embargo no es que él vaya a ser así (L. Méndez, comunicación personal. 2014, noviembre 15).

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

### 4.3.2. EL PAPEL DEL GRUPO DE AMIGOS

En el apartado pasado se habló de la familia y la influencia dentro de la construcción de la identidad del joven Otaku. Ahora bien, en este apartado se hablara de otro de los grupos importantes dentro de la construcción del sujeto como Otaku y es que dentro de la educación informal como se mencionó anteriormente la familia es uno de los factores importantes al igual que los grupos de amigos, los cuales se puede decir son aquellos que acompañan al sujeto en su construcción de identidad ya sea aprobando o rechazando ciertos patrones de comportamiento del mismo.

Como se muestra en las siguientes graficas en donde los encuestados le dieron el número 1 al primer grupo con el que compartió su gusto por la cultura oriental y sus productos de entretenimiento.

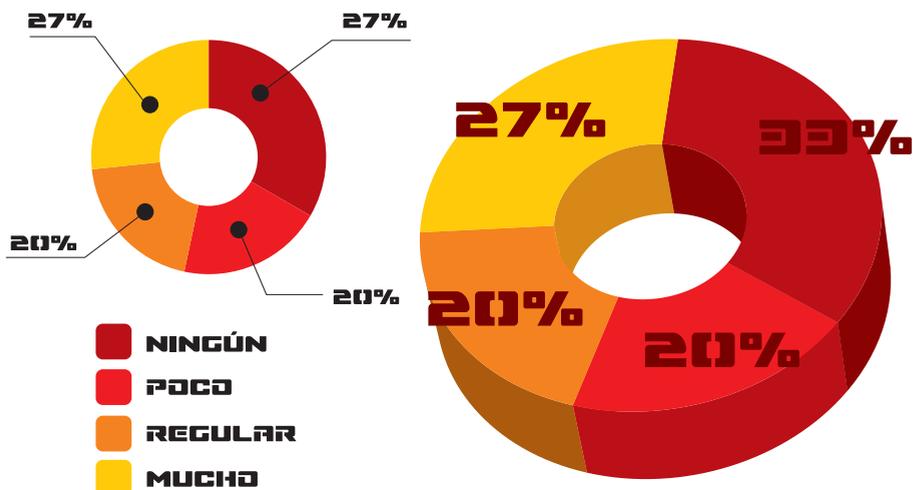
De esta manera al observar cada una de ellas se puede apreciar que los amigos del club forman aquel primer contacto o acercamiento en su mayoría por parte del joven para relacionarse y llevar a cabo actividades entorno al mismo gusto en común. Por otro lado también se aprecia en cada uno el orden en el que estos diferentes grupos de amigos entre ellos la familia como uno de ellos son parte de la construcción del sujeto como Otaku.

Así mostrando en cada una de estas gráficas qué lugar ocupan en cuanto al primer grupo con el que se comparte el gusto quedando de la siguiente manera:

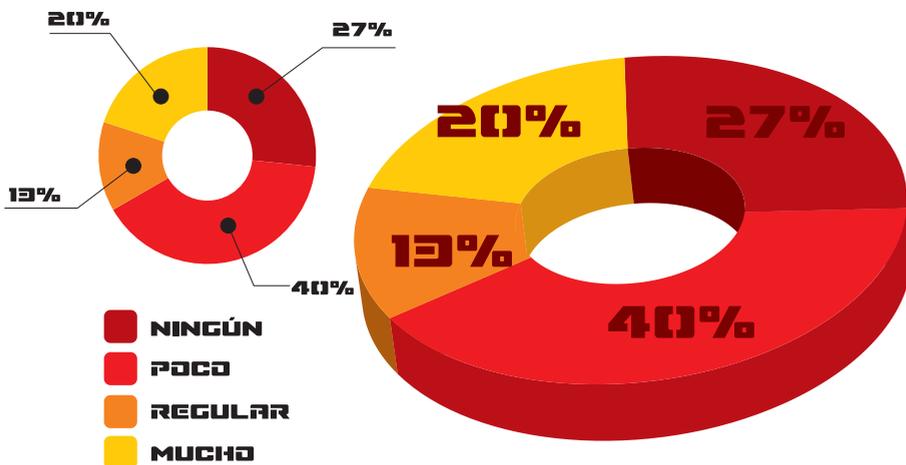
- |  |                            |
|--|----------------------------|
| 1 Los amigos del club  | dario o del trabajo)       |
| 2 Los amigos: fuera del entorno escolar y del club (como ejemplo: algún amigo del vecin- | 3 Los amigos de la escuela |
|  | 4 La familia               |
|  | 5 Otros.                   |

**Familia:** [Con relación a la pregunta anterior enumera del 1 al 4 de acuerdo a con quienes se dio primero tu primera relación de compartir los mismos gustos (Otakus): considerando el 1 como primer grupo con el que empezaste a compartir tu gusto por estos productos y 4 para el último con que empezaste a relacionarte]

**¿CUANTO COMPARTES EL GUSTO POR LA CULTURA ORIENTAL CON TU FAMILIA?**

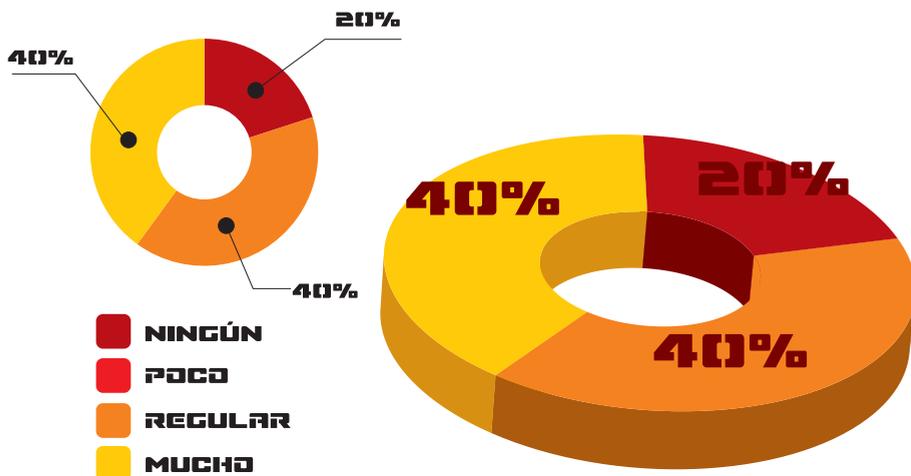


**¿CUANTO COMPARTES EL GUSTO POR LA CULTURA ORIENTAL CON TUS AMIGOS DE ESCUELA?**



## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

### ¿CUÁNTO COMPARTES EL GUSTO POR LA CULTURA ORIENTAL CON TUS AMIGOS DE CLUB?



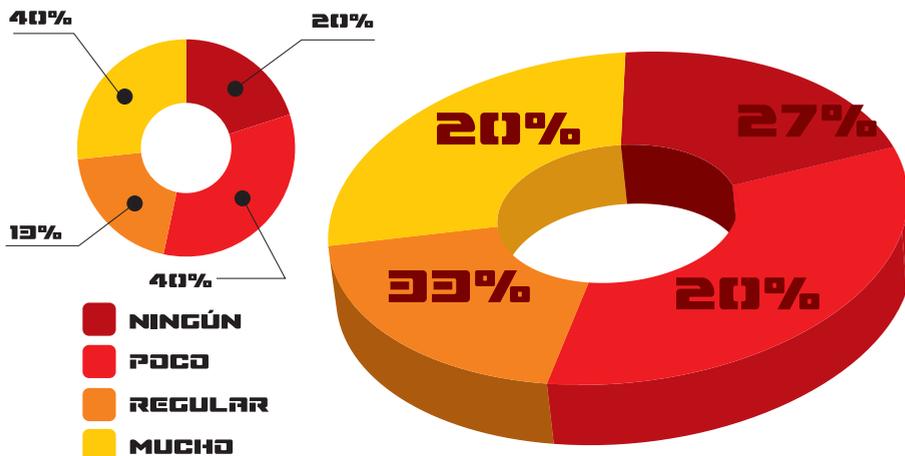
**Amigos de la escuela:** [Con relación a la pregunta anterior enumera del 1 al 4 de acuerdo a con quienes se dio primero tu primera relación de compartir los mismos gustos (Otakus): considerando el 1 como primer grupo con el que empezaste a compartir tu gusto por estos productos y 4 para el último con que empezaste a relacionarte]

**Amigos del club:** [Con relación a la pregunta anterior enumera del 1 al 4 de acuerdo a con quienes se dio primero tu primera relación de compartir los mismos gustos (Otakus): considerando el 1 como primer grupo con el que empezaste a compartir tu gusto por estos productos y 4 para el último con que empezaste a relacionarte]

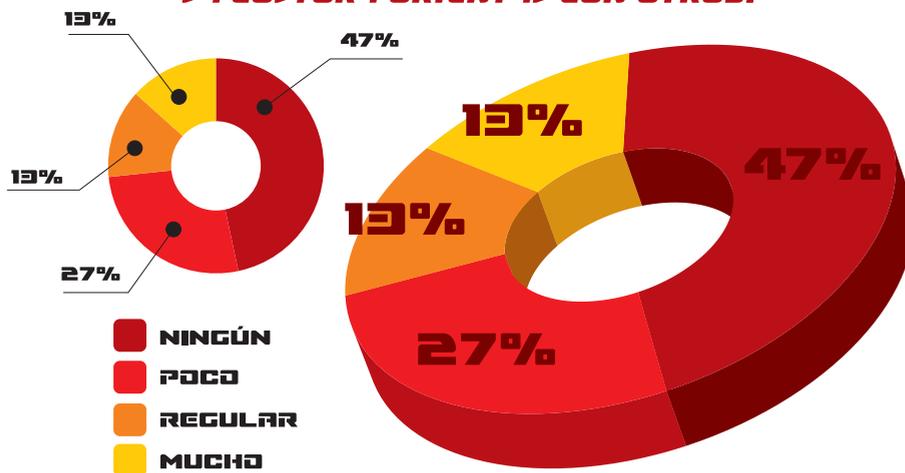
**Amigos:** [Con relación a la pregunta anterior enumera del 1 al 4 de acuerdo a con quienes se dio primero tu primera relación de compartir los mismos gustos (Otakus): considerando el 1 como primer grupo con el que empezaste a compartir tu gusto por estos productos y 4 para el último con que empezaste a relacionarte]

**Otros:** [Con relación a la pregunta anterior enumera del 1 al 4 de acuerdo a con quienes se dio primero tu primera relación de

### ¿CUANTO COMPARTES EL GUSTO POR LA CULTURA ORIENTAL CON TUS AMIGOS?



### ¿CUANTO COMPARTES EL GUSTO POR LA CULTURA ORIENTAL CON OTROS?



compartir los mismos gustos (Otakus): considerando el 1 como primer grupo con el que empezaste a compartir tu gusto por estos productos y 4 para el último con que empezaste a relacionarte]

## **CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU**

Cabe señalar que el individuo se encuentra rodeado de amigos a donde quiera que este vaya; por lo que este logra reforzar con ellos la identidad que construye en su momento o reforzar la identidad que tiene; en el caso de los jóvenes Otakus, esta identidad se fortalece con muchas actividades que se realizan dentro del club como son: los paseos a convenciones, el hacer cosplay, el intercambiar material de anime o mangas.

Identidad Otaku tiene y se deriva de formar parte de un grupo, de una sujeción o de una sociedad, porque la identidad se genera del propio grupo, por los valores que se comparten, las actividades que se generen y por los objetivos que tenga el grupo en una sola identidad corporativa (M. Yépez, comunicación personal. 2014, octubre 25).

Por otro lado esta identidad es reforzada a partir de que el sujeto Otaku lleva a cabo también actividades por su cuenta que le ayudan a seguir aprendiendo más sobre la cultura oriental al ver anime y mangas solo o con algún amigo que no esté integrado al club al que pertenece, y al volverse autodidacta al realizar su cosplay y en muchos casos al entrar a cursos de cocina, origami o de aprendizaje de japonés y coreano como se ha mencionado anteriormente.

### **4.3.3. EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

El entorno social, entendido como aquellos grupos o personas que pueden ser o no ser Otakus y que desconocen el término “Otaku”, constituyen otro aspecto al que los “Otaku”, en su mayoría, confieren gran relevancia en cuanto este tiene que ver con el reconocimiento, la aceptación, la inclusión o en su defecto con el rechazo, señalamientos y demás que les pudiera merecer el hecho de ser “Otakus” y es que dentro de estos grupos de personas que no suelen ser Otakus están aquellas que se encuentran inmersas dentro de los medios de comunicación masiva los cuales como menciona Márquez:



Los medios de comunicación nos forman. Sus canales informativos, y también sus funcionalidades comunicativas, constituyen poderosos medios de educación informal con los cuales aprendemos - a veces ocasionalmente y a veces de manera intencional - conocimientos y habilidades, útiles e inútiles, correctos y erróneos, pero muchos de ellos válidos y necesarios para la vida. Además, especialmente el cine y la TV, nos impactan continuamente con modelos de conducta y criterios de valor que muchas veces modelan nuestro sistema de valores, inducen actitudes y nos impulsan a imitar ciertas conductas (Marqués, 1999, p. 2).

De ahí que los medios de comunicación e información formen parte importante de la construcción de la identidad del joven Otaku; pues es a partir de ella que le han llegado los primeros indicios y conocimientos sobre estos productos orientales de entretenimiento de los cuales hemos hablado durante toda la investigación. Por ello se puede decir que de la misma manera en que las novelas atrapan a la mayoría de las amas en casa y transmiten ciertos patrones de comportamientos hacia ellas; lo mismo sucede con los niños y jóvenes con las series o caricaturas.



Si su influencia sobre los adultos es notoria, aún lo es mucho más sobre los niños y los jóvenes. Y es que parte de la educación informal que antes proporcionaba el entorno familiar a los hijos ahora, al reducirse los momentos de reunión y conversación de la familia y aumentar el consumo de estos atractivos medios, son los medios de comunicación los que les proveen -apenas sin control y no siempre de manera adecuada- muchos de estos conocimientos, habilidades y referencias que necesitan los jóvenes para ir construyendo su personalidad y actuar socialmente. Esta reducción de la incidencia familiar en la educación de los hijos se debe a múltiples causas: desde la mayor integración de la mujer en el mundo laboral, y pasando precisamente por la redistribución de su tiempo que hacen los padres cuando integran el uso de estos medios en su vida cotidiana, hasta la incertidumbre e inseguridad como educadores y transmisores de valores que sienten ante los vertiginosos cambios culturales y sociales que estamos viviendo (Marqués, 1999, p.2).

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

Así, la sociedad de la información junto con todas las posibilidades de información y comunicación que dentro de ella existen (prensa, radio, TV, videojuegos e Internet...), logran proporcionar un nuevo espacio de la educación en la actualidad donde los medios se vuelven un poderoso entorno de aprendizaje informal que ejerce una continua influencia sobre los miembros de esta sociedad en la que el sujeto puede desarrollar un potencial creativo y de desarrollo personal. Por lo que Gubern menciona que:



Los nuevos medios tecnológicos como “densa y omnipresente iconosfera contemporánea que tiende a reemplazar nuestra experiencia directa de la realidad por una experiencia vicarial e indirecta de la misma, intensamente mediada (y por lo tanto interpretada), en forma de mensajes manufacturada por expertos de las industrias culturales, aunque oculten celosamente su condición de filtrada, manipulada o tergiversada” (Gubern, 1987, p. 400)

De esta manera los nuevos medios y sus cuantiosos llegan a los sujetos dentro de una sociedad de forma directa e inmediata, en ocasiones de manera grupal y otras de forma individual. Ya que en la actualidad estos procesos de recepción de contenidos a

través de los medios de comunicación e información se han vuelto cada vez más individualizados siendo un proceso de consumo solitario en muchos casos. Esto debido a que: imaes de las notas



Los mass media pertenecen a lo que Merton denomina medios o grupos de referencia, por oposición a los grupos de pertenencia como sería el caso de la familia, una iglesia, una pandilla o un partido político. Por lo tanto los medios, dadas su características y su poderosa red de influencias tienen entre sus características el ser socializadores de referencias capaces de contrarrestar, complementar, potenciar o anular la influencia de los agentes socializadores de pertenencia como la familia. Tanto unos como otros, los de pertenencia y los de referencia cumplen funciones socializadoras muy importantes. En primer lugar nos aportan una gran parte de la información con la que construimos la imagen de la realidad de acuerdo a la cual desplegamos nuestros comportamientos. En segundo lugar proporcionan valores, normas, modelos, símbolos, etc., gracias a los cuales se producen los procesos de construcción personal y de integración y cohesión social. Por último, es a través de esos medios como el sujeto construye y desarrolla su identidad, es decir, la definición que puede dar a sí mismo y a los demás de lo que él es en cuanto persona individual y social a la vez (Vera, 2005, p. 20).

He aquí como a partir de la transmisión de estos productos como el anime y la venta de mangas, el joven genera nuevos referentes de identidad cultural individuales y grupales que no desplazan la identidad o el contexto de mexicanos entre los consumidores de anime y manga Japonés en México. Sino que logra una reconfiguración de la identidad que no se pierde, sólo se transforma, adicionada, complementada, desarrollada con base en diversas influencias como son la cultura oriental a través de estos productos que consume el sujeto. En palabras de una de nuestras participantes en el grupo de discusión:

Los animes marcaron en cierta forma parte de mi personalidad, porque estos manejan una trama más compleja, de cosas que no se ven en las caricaturas normales, como por ejemplo te hablan de magia, de guerras, de deportes, de demonios japoneses, no el demonio que conocemos nosotros como el diablo; entonces para un niño de 8 a 6 años es empezar a expandir más sus horizontes, empezando a tratar de ver que hay más allá como un niño curioso, y así fue que yo lo hice (L. Méndez, comunicación personal, 2014, noviembre 15).

## **CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU**

Por ello se menciona que los medios de comunicación e información han logrado una gran influencia en la construcción de la identidad Otaku al determinar una cultura distinta, que se muestra como una nueva forma de ver y entender su entorno social del sujeto. Por otra parte, si en las situaciones de interacción personal la comunicación se elabora generalmente con la palabra, en el lenguaje audiovisual que utilizan los medios de comunicación el significante adquiere una gran importancia transmitiendo muchas veces mensajes que pueden adquirir diferentes significados de acuerdo a la persona quien lo interpreta y construye desde su visión personal. Al decir que los estos medios de comunicación influyen en los receptores a través del contenido que utilizan, las categorías conceptuales que establecen, las relaciones que plantean... y, por supuesto las ideologías y criterios de valor que presentan.

### **4.3.4. EL PAPEL DE LA EDUCACIÓN**

La educación en el ser humano es una actividad social inherente en él desde el momento en el que este llega al mundo como individuo; ya que la educación se vuelve sinónimo de formación y esta engloba cada cosa aprendida por el sujeto en su vida cotidiana.



Educar es formar al ser humano, pues lo que define nuestra humanidad no es la pertenencia genética a la especie, sino la interacción que nos permite apropiarnos de los rasgos y características tanto físicas, como psíquicas y cognitivas que hacen posible la socialidad. El educador, no sólo forma a la persona, sino, como efecto colateral de su práctica formativa concreta y cotidiana, construye la infraestructura psíquica que produce salud o enfermedad mental (Ornelas, 2009, p. 2)

De ahí que la acción de la educación es concebida como el simple hecho de un acto formativo el cual deja en claro que para que este se lleve a cabo existe una predisposición del sujeto tanto para enseñar como de aprender.

A partir de esto se puede mencionar que la educación se encuentra durante todo el desarrollo de la vida cotidiana del sujeto, por ello esta ha sido considerada desde tres diferentes tipos de educación las cuales atraviesan el proceso de construcción y formación del individuo en la sociedad como son: la educación formal. No formal e informal.

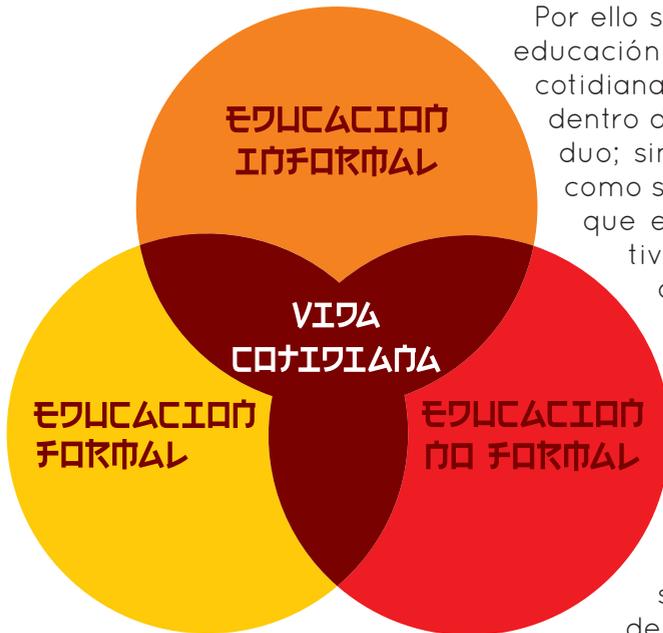


Es claro que al tratar de marcar las fronteras de tres tipos de educación debemos hacer la precisión de que ellas son muy difusas y que la dinámica de una acción educativa la mayor parte de las veces hace que se establezca entre ellas una relación de continuidad. La acción escolar desarrollada por el maestro puede utilizar como recursos didácticos prácticas de animación social o medios masivos de comunicación propios de la educación informal, o aún la visita a una industria con información brindada por un técnico, propio de la educación no formal. También es posible que cursos terminales, propios de la enseñanza técnica, con claras características no formales, como los cursos de Belleza o Talabartería, pertenezcan a subsistemas formales, como por ejemplo el de Enseñanza Técnico-Profesional (Marenales, 1996, p. 3).

De esta manera podemos decir que cada una de las diferentes categorías de la educación son participes en determinado momento de la vida del sujeto; por ejemplo, en la construcción de los jóvenes Otakus quienes en su mayoría aprenden los patrones a partir de los productos que consumen a través de los medios de comunicación y en sus relaciones sociales con los diferentes grupos en los que se envuelven, se puede notar un sentido predominante de la educación informal o dicho de otra manera del aprendizaje informal, ya que se dan elementos que sugieren ya cierta formalidad, como los “ritos de iniciación”, y situaciones asimilables a lo no formal como la instrucción deliberada impartida a los jóvenes que llegan a los eventos que se organizan sobre temas de su interés.

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

Estos tres tipos de educación no deben ser considerados como entidades o compartimentos estancos, sino como “modo predominante”. En la realidad, una situación educativa puede tener como modo predominante a uno de estos tres tipos de educación, adoptando secundariamente procedimientos propios de las dos restantes (Marenales, 1996, p. 3).



Por ello se puede mencionar que la educación cubre cada arista de la vida cotidiana del sujeto en su desarrollo dentro de la sociedad como individuo; sin embargo cabe destacar como se mencionó anteriormente que este al ser un acto formativo implica la participación de por lo menos dos sujetos; uno el educando que es aquel que se encuentra con la disposición de aprender y el educador quien se encuentra en toda la disposición de enseñanza hacia el otro; en quien recae la responsabilidad de la formación del sujeto y que a su vez dentro de la sociedad podemos observar

en su labor desde cada ámbito de la educación formal, no formal e informal.

El educador es toda persona que tiene bajo su responsabilidad la crianza, el cuidado, la enseñanza, la capacitación y la formación de cualquier tipo de personas (infantes, adolescentes, jóvenes o adultos). De esta definición se desprende que existen al menos tres tipos de educadores: 1) educadores naturales (padres y madre o personas que están a cargo de la crianza y cuidado de infantes); 2) educadores formales (profesores o maestros que trabajan frente a grupo y que tienen las credenciales y el entrenamiento didáctico) y 3) edu-

cadore profesionales (académicos o investigadores que construyen conocimiento y ofrecen parámetros que incide en comprender, mejorar o resolver problemas de índole educativo (Ornelas, 2009, p. 3).

De acuerdo a lo mencionado por Ornelas y aplicándolo a las dimensiones de aprendizaje de la cultura de Hall se puede comprender que cada uno de los distintos tipos de educadores se encuentran inmersos en cada una de las dimensiones por ejemplo:

Cuando se mencione la dimensión informal, se entenderá que se está haciendo referencia a un aprendizaje informal que tiene que ver con modelos a seguir, patrones por lo que entraría en vigor aquellos educadores naturales a los que se refiere el autor.

Así mismo cuando se hable sobre la dimensión formal o técnica, se entenderá que se hace referencia a un aprendizaje no formal o formal en los cuales el aprendizaje ya está racionalizado a través de un proceso de aprendizaje por lo que entraría en vigor todos aquellos educadores tanto formales como profesionales ya que estos cuentan con las herramientas necesarias para ejercer la enseñanza.

Por ello se llega a reconocer ciertas características con relación a cada uno de los diferentes modos de educación que existen en la sociedad y cuáles son las características educativas con las que estas cuentan cómo lo refleja la tabla siguiente.

CARACTERÍSTICAS EDUCATIVAS				
Modos Educativos		FORMAL	NO FORMAL	INFORMAL
	Educación Formal	Escuelas graduadas jerárquicamente	Actividades extracurriculares	Grupo de iguales
	Educación No Formal	Certificados	Enseñanza sistemática no escolar	Participación
	Educación Informal	Escuelas de la selva	Instrucción paternal	Experiencia cotidiana

Fuente: Ornelas (2009).

De esta forma siempre se habla de tipos de educación en cuestiones de aprendizaje; sin embargo desde la perspectiva que se pretende desarrollar para explicar la influencia de la educación en la construcción de la identidad Otaku se habla de las dimensiones de aprendizaje de la cultura.

### ***A) INFLUENCIA DE LA EDUCACIÓN EN LA CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU***

Ahora bien, cuando se habla de educación se entiende siempre como algo institucionalizado, como la escuela; visto desde cuatro paredes y un docente que imparte clases, lo que es conocido como la educación formal que aunque en este estudio no adquirió gran peso dentro de la formación identitaria del Otaku; sirve en gran medida como uno de los espacios predominantes en los que el joven Otaku obtuvo sus primeras relaciones sociales con gente a fin a su gusto.

A partir de que este espacio de aprendizaje formal pasa de ser un lugar para llevar a cabo la adquisición de conocimientos establecidos por el Estado- Nación como los idóneos para el desarrollo de las nuevas generaciones de jóvenes, a un lugar o espacio de encuentro, donde el joven Otaku entabla relaciones sociales, a través de la construcción de redes con otros jóvenes que comparten el mismo gusto; pues siendo la escuela uno de los espacios en los que el sujeto pasa la mitad del día, es en este donde tiende a formar la mayoría de sus relaciones sociales y crear esos lazos de amistad con otras personas; que en el caso del Otaku encuentra con quien compartir e identificarse a partir de su gusto por el anime/ manga.

Una de las anécdotas relatadas por uno de los fundadores del club más antiguo de Tuxtla Gutiérrez; comentó que este espacio fue el que abrió las puertas a una relación de amistad con otras personas que compartían su gusto y a partir de ello surgió la idea del club.

Fue un sábado, estábamos en la prepa y una compañera del salón también le gustaban las caricaturas japonesas junto con otra chica y por lo mismo esa afición nos acercó y empezamos a platicar y nos hicimos amigos; en eso llegó la feria del libro en noviembre y ahí vinieron dos stand que vendían anime/manga durante una semana y durante esa semana estuvimos yendo en la mañana y en la tarde cuando se podía y nos hicimos amigos de los chavos que vendían (N. Gurria, omunicación personal. 2014, noviembre 10).

Cabe mencionar que la educación formal ha ayudado al joven a obtener las herramientas necesarias para poder comprender, conocer y manejar todas aquellas normas, reglas y comportamientos que distinguen a la cultura a la que pertenece y por ende que lo identifica como mexicano lo que ocasiona que el joven Otaku conozca y sepa identificar en qué lugar y con quien puede dar a conocer su identidad como Otaku.

Por otro lado, desde lo que se conoce como la educación no formal se logró apreciar una influencia más clara y sólida dentro de la conformación de la identidad Otaku; pues es en ella donde se encuentran todos aquellos cursos, talleres o actividades que sirven al joven Otaku como refuerzo identitario; claro ejemplo es el hecho manifestado en todas las convenciones que se llevan a cabo al ser en ellos el lugar donde se proporcionar cursos por un periodo de tiempo que se ofertan como actividades complementarias para el público; por ejemplo: el aprendizaje del idioma japonés o coreano, cursos que se han vuelto importantes en la complementación del aprendizaje informal que han adquirido los jóvenes Otakus en Tuxtla Gutiérrez.

Es ahí en esas actividades en donde se puede apreciar la influencia hacían el Otaku en su sistema de enseñanza o aplicación de estos cursos en los eventos, es ahí cuando la comunidad juvenil de Otakus, crea procesos intencionados para realizar ciertas actividades u ofrece talleres o cursos, lo que ocasiona que estos se vuelvan parte de aquellos procesos de educación no formal dentro de la dimensión técnica y formal a la que ha hecho mención Hall (1999).

Es a partir de la misma comunidad Otaku se pueden notar cierta influencia de la educación formal y no formal en la manera

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU



en que los integrantes de estos grupos trabajan un programa para diseñar e impartir ciertos cursos o talleres sobre algunas actividades como el origami, el dibujo, y el idioma en los eventos/ convenciones que realizan y en las que imparten a la gente que llega a ellos estos cursos creando y llevando a cabo una educación no formal dentro de sus mismos espacios seguros en los que llevan a cabo las actividades que los identifican como Otakus.

Pues la forma de impartir estos cursos refleja el proceso de enseñanza/aprendizaje tradicional utilizado en la cultura mexicana del joven Otaku. Esto al guiarse de ciertas características comunes en cualquier curso o taller impartido. Un ejemplo claro es en el caso del taller o curso de japonés básico que se estructura con cierta cantidad de lecciones y cierto material didáctico para poder ser impartido en el transcurso de 1 a 3 días; siendo este el tiempo que duran las convenciones.

Por último, pero no por ello menos importante se tratara de develar como influye la educación informal dentro

de la construcción de la identidad en el joven Otaku; ya que cabe mencionar que la identidad Otaku se crea sobre todo a partir de la influencia de la educación/ aprendizaje informal. Y es que en ella se puede apreciar cómo se hace presente el acto formativo que desempeñan los educadores naturales de manera inconsciente al crear un modelo a seguir para el joven Otaku que en muchas ocasiones el aprendizaje no se hace notorio, hasta el momento en que

este encuentra una manera de aplicarlo en su vida cotidiana.

Yo he aplicado, bueno no sé, tampoco llego al trabajo y digo ¡hay este los odio y voy a sacar mi dead note!, lo he pensado pero no lo he hecho; bueno yo soy entrenadora de personal; entonces muchas cosas que he visto en los animes los he aplicado a manera que la gente, este normal, lo entienda porque te deja muchas cosas buenas y muchas enseñanzas; entonces llega un momento en el que te camuflageas y entonces te sientes un personaje y actúas de repente como lo hará ese personaje en tal situación (A. Grimaldi, comunicación personal. 2014, noviembre 15).

La educación forma parte importante dentro de la formación y construcción de la identidad del sujeto Otaku, esto visto como educación informal o aprendizaje informal desde la dimensión cultural; es la que más logra permear en todos los espacios y estructuras en las que el sujeto se desenvuelve desde muy temprana edad. Por lo que cabe mencionar de la educación es un factor muy importante dentro de la construcción del individuo como ser Otaku desde un aprendizaje casi en su totalidad informal en el que se engloban a aquellas instituciones sociales con las que se desarrolla o con las que convive el individuo como la familia, los grupos de amigos y los medios de información y comunicación.

Desde los medios de comunicación el aprendizaje se vuelve un poco más claro al ser ahí donde la mayoría conoció e inicio el proceso de construcción de su identidad como Otaku al ver los animes o leer los mangas; pues estas en muchos casos favorecen la comprensión de la realidad, ya que se presentan como un dibujo caricaturizado precisamente para facilitarnos su recuerdo, junto a unas palabras y expresiones no verbales que refuerzan el mensaje.

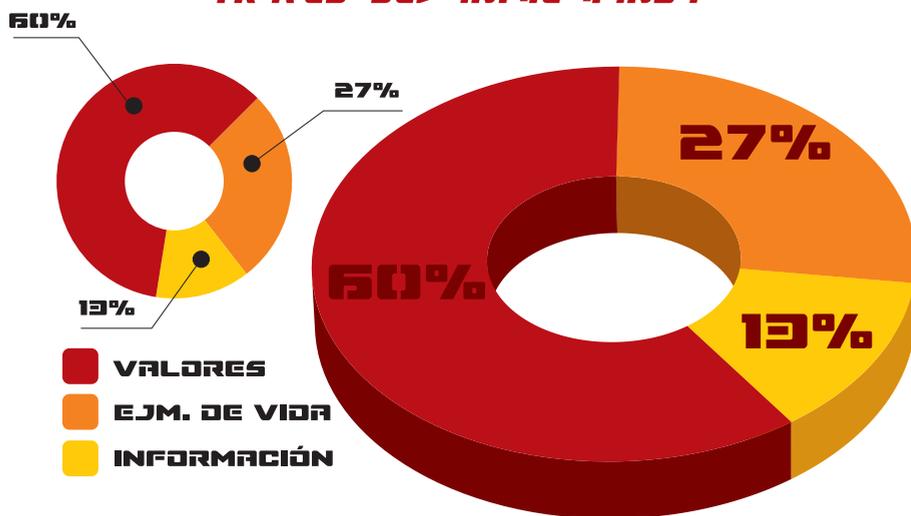
Ya que como se mencionó anteriormente muchos de los jóvenes que hoy día han adquirido una identidad Otaku comenzaron en los años 70 y 80 con este consumo debido a que no contaban con otro modelo que el procedente de la familia o su entorno inmediato, y los medios audiovisuales se convirtieron en unos nuevos modelos mucho más atrac-

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

tivos e impactantes al transmitirles nuevas historias animadas (animes).

Por ello se cree que los animes y mangas representan una alternativa de enseñanza-aprendizaje informal en la que el joven puede aprender desde conceptos, procedimientos, actitudes y normas, a través de sus personajes favoritos. Desde este punto un elemento clave se centra en la formación y desarrollo de los sentimientos dentro de estos productos... que crean un vínculo con el joven al verlo. Pues como se ha mencionado al realizar el grupo de discusión y proyectar la recopilación de animes de años atrás se puede percibir en los sujetos una serie de sentimientos como: sonreír o asustarse dependiendo de las escenas que aparezcan y que, con la exageración que caracteriza a estas series, sus sentimientos y valores se reforzarán; de ahí que al preguntarle a 16 jóvenes Otakus sobre ¿qué creían que el anime y manga les enseña o transmite a partir de sus contenidos? Se logró visualizar tres diferentes respuestas/categorías.

### ENSEÑANZA/APRENDIZAJE A TRAVÉS DEL ANIME MANGA



Como se puede apreciar en la gráfica anterior el 60% de los jóvenes encuestados mencionan que los valores son los que se transmiten más a través de estos productos y que por ende estos son los que son más fácilmente identificados y aprendidos por ellos en el momento de consumir el producto, de igual forma se puede apreciar que a partir de los jóvenes que aseguran que en estos, se aprenden ejemplos de vida; queda confirmado el hecho de que los animes y mangas desde el principio crean lazos de identificación hacia el joven que los ve de forma más analítica para ir aprendiendo de ellos. Este dato se refuerza con lo mencionado por Francisco Pérez participante del grupo de discusión quien menciona:

Algo que tu no me dejaras mentir la lógica de emprendimiento empresarial, más que el honor te dice algo; lo que vas a hacer tiene que dignificar tu raza, como ser humano, como miembro de este planeta que eres, y eso los japoneses lo toman muy a pecho (F. Pérez, comunicación personal. 2014, noviembre 15).

Entre los valores que se transmiten en estos productos están: el amor, la amistad, honestidad, respeto, lealtad, responsabilidad, perseverancia, cooperación, honradez, paciencia, compromiso, positivismo, superación, valentía y tolerancia por mencionar algunos. Con ello se puede reforzar la idea de que el aprendizaje fuera de las aulas toma un poder y valor muy importante en la construcción del individuo como: Mc Luhan comentó:

Hoy en nuestras ciudades, la mayor parte de la enseñanza tiene lugar fuera de la escuela. La cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión y la radio, exceden en gran medida a la cantidad de información comunicada por la instrucción y los textos en la escuela. Este desafío ha destruido el monopolio del libro como ayuda a la enseñanza y ha derribado los propios muros de las aulas de modo tan repentino que estamos confundidos, desconcertados (Mc Luhan, 1974, p.233).

## **CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU**

De esta manera a partir de lo consumido y lo apropiado por los jóvenes Otakus a partir de este consumo y las relaciones sociales que este sostiene con los demás este va configurando su identidad.

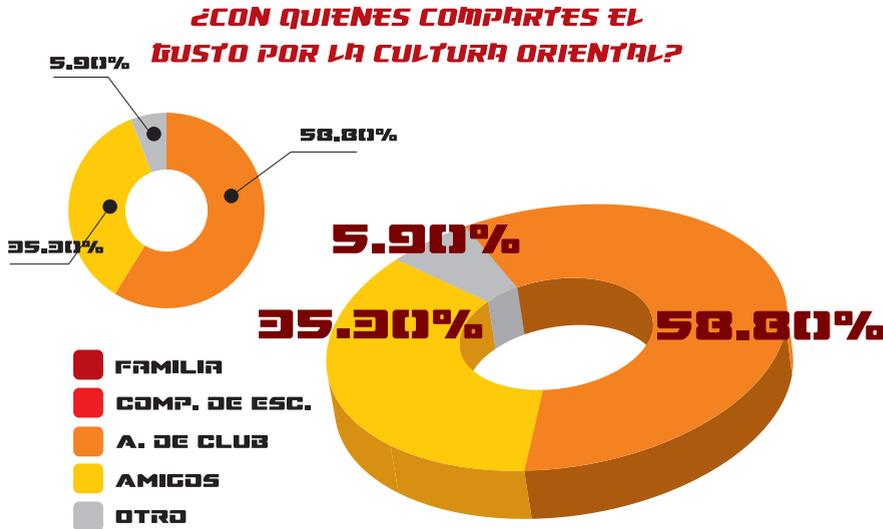
### **4.4. PRÁCTICAS SOCIALES E INTERCULTURALES DE LOS OTAKUS DE TUXTLA GUTIÉRREZ**

La identidad es algo que se modifica durante el encuentro con los otros, llevando como fundamento ciertos valores y patrones de conducta adquiridos desde el núcleo familiar, es entonces que situamos que para ser Otaku no es necesario ser parte de un grupo, Sin embargo, ninguno de los miembros puede hacerse ajeno de compartir intereses y gustos sobre la cultura japonesa.

Pues a partir de esta sociabilización del sujeto se lleva a cabo un proceso de la identificación entre ellos; puesto que para el joven, el sentir que hay personas con el mismo gusto hacia el anime-manga (que cada vez van en aumento) les hace desarrollar un sentido de pertenencia hacia un grupo de la sociedad como es el caso de las comunidades juveniles de Otaku que rompe con el estereotipo que se ha manejado sobre ellos de –seres antisociales.

Es así como a partir del proceso de interiorización de los patrones de la cultura oriental/grid de la cultura que se adquieren a través de los productos que le ofrecen la industria cultural a los jóvenes de la ciudad que el sujeto Otaku lleva a cabo ciertas prácticas sociales que tiene que ver con aquello que llamamos interculturalidad.

Prácticas que inician a partir de que el joven Otaku comparte este gusto con otros individuos afines a su gusto o en algunos casos ajenos al mismo esto lo podemos constatar a partir de los resultados que sobresalen en las siguientes gráficas en las que se muestra con qué personas comparte más este gusto por la cultura oriental.



Como se puede apreciar en la gráfica anterior, en su mayoría las primeras relaciones sociales que mantiene el sujeto conformado con una identidad como Otaku es la que tiene con aquellas personas afines a su mismo gusto como son la gente que se encuentra dentro de alguno de los clubs que se encuentran en la ciudad, como son el OFC, AFC y el AA; los cuales aceptan a nuevos jóvenes dentro de su grupo.

A su vez nos podemos percatar de que este gusto es extrapolado no solo con los compañeros dentro del club al que pertenece el joven Otaku, sino que también este se comparte con otras personas como los amigos fuera del ámbito académico o escolar y los del club.

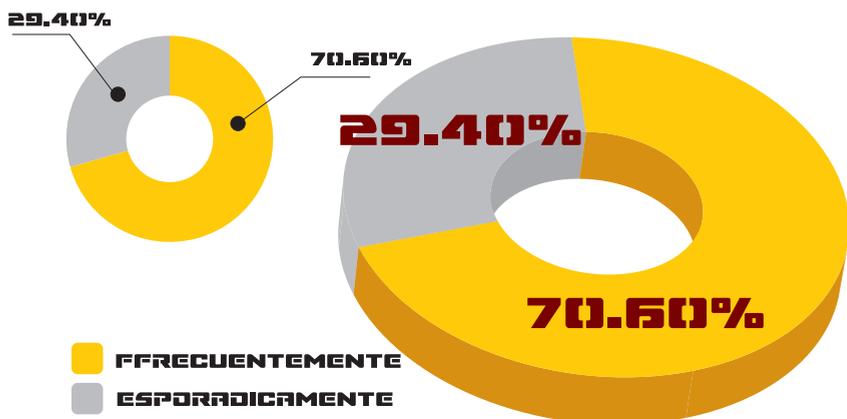
Cabe mencionar que en la encuesta se aprecia que la familia es un rubro social con el que el sujeto a veces no comparte este gusto en primera instancia; sin embargo como se mencionó con anterioridad existen Otakus que dentro de su núcleo familiar encuentran personas con las cuales compartir este gusto y llevar a cabo ciertas actividades que le ayudan a lograr un reforzamiento identitario fuera del club al que pertenece.

A partir de ello se les formuló a los encuestados una pregunta relacionada con la frecuencia en que llevaban a cabo ciertas relaciones sociales con la gente que comparte el gusto por la cultura oriental junto

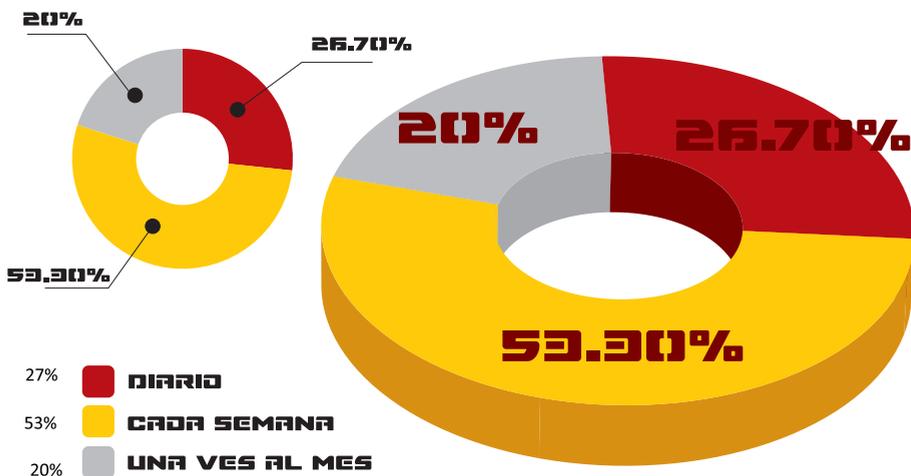
## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

con ellos; al revisar sus respuestas se logró apreciar que esta relación es muy frecuente al obtener un 70.6 % del total de personas encuestadas mientras que el otro 29.4% mencionó que sus relaciones sociales con las personas afines a este gusto eran muy esporádicas y lejanas.

### ¿COMO TE RELACIONAS CON LAS PERSONAS CUYA AFINIDAD POR EL ANIME Y MANGA ES LA MISMA A LA TUYA?



### ¿CON QUE FRECUENCIA?



Para definir y lograr concretar estas dos palabras con respecto a la frecuencia de sus relaciones sociales se les preguntó, de manera separada al mencionar que estas eran de manera frecuente pudieran identificar o decir si estas eran diarias, cada semana o una vez al mes.

Para definir y lograr concretar más estas dos palabras con respecto a la frecuencia de sus relaciones sociales se les pregunto de manera separada al mencionar que estas eran de manera frecuente pudieran identificar o decir si estas eran diarias, cada semana o una vez al mes.

Así la mayoría mencionó que estas relaciones sociales de convivencia con sus amigos del club principalmente; se llevaban a cabo cada semana; esto se remonta al capítulo 2 en el que se habló de los clubs y como estos mantenían un día y una hora aproximada para llevar a cabo sus reuniones como grupo y poder realizar las actividades que ayudarían al sujeto a seguir conformando su identidad como Otaku, sin embargo, cabe mencionar que en la actualidad estas reuniones ya no son con todos los integrantes del club en algunas ocasiones, ya que a veces estas relaciones se mantiene con los amigos principales que se han hecho dentro del club por ejemplo algunos se unen al grupo gamers y es con ellos con los que a veces se reúnen cuando no se programan reuniones oficiales del club completo.

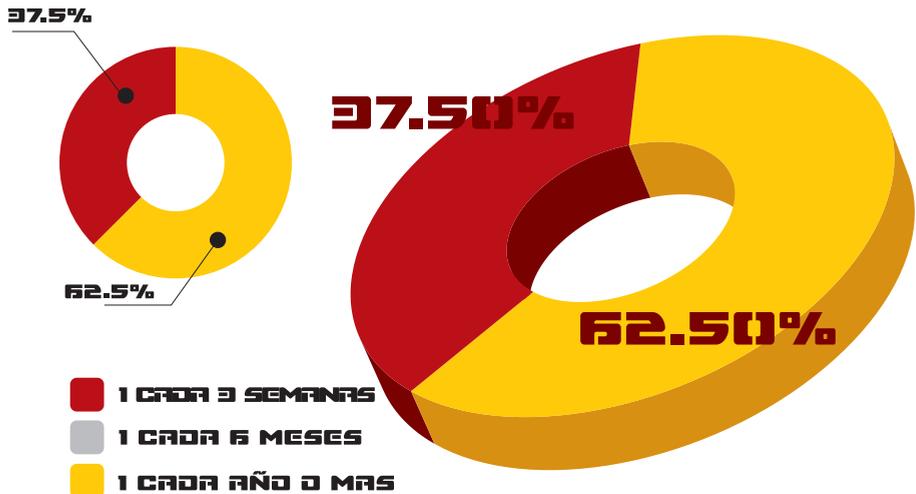
Por otra parte aquellos que mencionaron que estas relaciones sociales con los integrantes del clubs o amigos con los que comparten el gusto son más esporádicas tenían que decir que tan esporádicas resultaban ser estas relaciones si una vez cada tres meses, una vez cada seis meses o una vez al año o más de un año.

En esta gráfica se puede observar que cuando las reuniones de amigos que comparten el gusto por anime/ manga/ doramas entre otros es esporádica al haber una tendencia a que estas se realicen más, cada 3 meses y en algunos casos una vez al año o más del año; estas últimas son debido a que los sujetos se encuentran inmersos en sus papeles sociales co-

## CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU

tidianos como el trabajo, la escuela o la familia quienes absorben parte indispensable del tiempo y en ocasiones no pueden participar tanto como en sus inicios.

### ¿QUE TAN ESPORÁDICAS SON ESTAS REUNIONES?



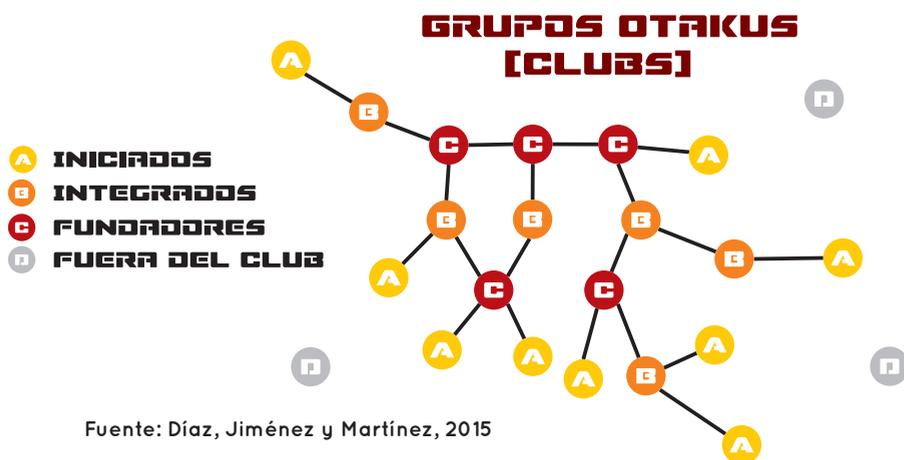
Cabe mencionar que el hecho de que algunos de estos jóvenes Otakus tiendan a mantenerse más alejados del grupo o del club, no significa que pierdan en su totalidad las relaciones e interacciones sociales con aquellas personas que han contribuido a la formación de su identidad como Otaku, sino que han logrado conformar relaciones interculturales a través de la misma conformación de ésta. De ahí que se considere lo mencionado por Cardozo (2015) quien habla sobre tres tipos de redes sociales:

- **Centralizada:** los nodos se conectan a través de un único nodo que concentra y distribuye la información. Los nodos no se conocen entre sí sino a través del nodo central, y si este desaparece la red se pierde.
- **Descentralizada:** replica la estructura anterior en varias redes centralizadas. La diferencia con la red centralizada es que

la información no se concentra ya en un solo actor. Todavía existen problemas, ya que cuando se cae un nodo los que se conectan a la red a través de él quedan incomunicados.

- **Distribuida:** cualquier nodo se conecta con cualquier otro, diseminando la información de forma más eficiente y logrando que la desaparición de un nodo no afecte de forma irrevocable la estructura de la red. Esta opción que plantea una topología descentralizada es la que describe mejor las topologías de las redes en internet, en particular las redes sociales (Cardozo, 2015: 9).

Así en la actualidad dentro de los Otakus, no solo se puede tomar en cuenta las interacciones sociales personales, sino también se tiene que considerar aquellas redes sociales que se forman parte importante para la continua participación e interacción de los integrantes de los distintos clubs con cada uno de los integrantes de la agrupación. Pues de esta manera incluso los integrantes más antiguos como es el caso de cada uno de los fundadores de los respectivos clubs pueden seguir comunicándose y compartiendo este gusto con los demás jóvenes Otakus del grupo. Como ejemplo de esta red de interacciones a continuación se presenta un esquema sobre cómo se dan las interacciones de



## **CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU**

los jóvenes dentro de los clubs.

Como se logra apreciar en el esquema pasado existen diferentes Otakus dentro de los clubs pues va desde aquel que se integra hasta los creadores; sin olvidar a aquellos que pueden estar fuera y no por ese hecho dejan de ser Otakus. Ya que el joven Otaku se encuentra inmerso en una sociedad, la cual se forma a partir de estratos sociales que se constituyen de acuerdo a ciertas actividades o gustos.

De ahí que el individuo Otaku se ve permeado de estas actividades o roles sociales que desempeña dentro de la sociedad en la que se encuentra inmerso; de esta manera se puede notar que a partir de una serie de factores externos como: la edad, los compromisos sociales que va adquiriendo el sujeto y la economía; este se va alejando de la comunidad sin renunciar a su identidad como Otaku.

Este alejamiento conlleva a un proceso de selectividad que el sujeto lleva a cabo una vez estando fuera del grupo o club de Otakus para poder seguir manteniendo cierto contacto con el grupo de manera esporádica ya que depende en muchos de los casos de los roles sociales del individuo.

Cabe mencionar que este proceso de selectividad que realiza el joven otaku tiene que ver con escoger a las personas que se encuentran dentro o fuera del grupo que comparten sus mismos gustos dentro de la comunidad Otaku y en muchas ocasiones tienden a ser aquellas personas que cuando él estuvo de manera más activa dentro del club fungieron como amigos cercanos. Esto debido a que este se da a partir de que el Joven Otaku ya ha conformado su identidad

### **4.4.1. PRACTICAS INTERCULTURALES**

Es así como entre las relaciones sociales que los Otakus se van creando ciertas prácticas interculturales que en muchos casos son tomadas como algo cotidiano dentro de su personalidad del joven integrante; esto debido a su frecuente consumo con la cultura japonesa, se familiarizan con el

idioma japonés, por lo que terminan usando palabras de pronunciación y escritura sencillas durante su trato con los demás miembros.

A partir de que los Otakus utilizan estas dos formas de transmisión de mensajes, la verbal y la no verbal, llegan a entender y a apropiarse palabras básicas que usan al estar en las reuniones con los demás seguidores de la cultura japonesa e incluyendo las convenciones. Por ejemplo en la capital de Tuxtla Gutiérrez; la comunidad se hace notar, toma como hobby el leer mangas y ver animes, hecho que los lleva a relacionarse e identificarse con el idioma japonés y a inscribirse en algunos casos en cursos sobre este idioma.

De ahí que cuando el joven a partir de su consumo logra aprender algunas palabras en el idioma tiende a combinarlas en su forma de hablar con los demás Otakus al hacer una mezcla de su idioma materno con un nuevo idioma adoptado, que genera lo que ellos conocen como el napo-español; mejor identificado como palabras japonesas latinizadas y que se usan en los países occidentales.

Lo que ha permitido que estos jóvenes lejos de apropiarse una cultura completamente diferente a la suya a estos combinan sus culturas, tomando lo mejor de cada una para su mejor desarrollo personal como individuos dentro de la sociedad, ya que al incorporar elementos particulares de la cultura japonesa a su cultura, está realizando un reconocimiento y concesión de valor a las costumbres y tradiciones de la cultura nipona para transformar aquellas tradiciones de la propia cultura que generan insatisfacción, rasgo característico de relaciones interculturales de representaciones sociales, consideradas como formas en las que el sujeto genera sentidos desde una lógica no formal y los integra a su vida cotidiana.

Así en este proceso de “cruce cultural” no solo se incorporan elementos de otra cultura a la propia; sino que cada uno de los jóvenes Otakus las integra a su identidad, que sumado a las particularidades que este encuentro imprime al concepto



de Otaku, permite hablar de un “Otaku Tuxtleco”

Es por ello que en la actualidad los Otakus siguen creciendo en número pues cada vez son más los jóvenes que van conformando esta identidad. De ahí que el mundo de las convenciones suelen ser atractivo y de gran valor para los Otakus, porque existe en ellas un maravilloso ambiente regido por la interrelación social.

# **CONCLUSIONES**

**A**l realizar la presente investigación se ha logrado comprender el proceso de la conformación de la identidad Otaku y como la educación permea por completo al sujeto dentro de la configuración de esta misma; a su vez se pudo develar un poco la percepción social y como los medios han ayudado a fortalecer y denominar a los jóvenes Otakus como tribus urbanas cargando a esta agrupación de jóvenes de estereotipos en su mayoría negativos. Dado a hechos ocurridos en Japón que ligaban a personas violentas con el anime y el manga, en el occidente comenzó a reproducirse una nueva visión sobre los consumidores de este producto. A quienes los señalaban como seres antisociales, que se negaban a exponerse a un mundo externo, palabras que precisamente se usaban en Japón.

De esta manera en transcurso de la investigación se logró explicar y dejar en claro que los jóvenes Otakus no pueden ser denominados como tribus y que en su lugar el adjetivo que mejor los puede definir sería el de comunidad juvenil, esto debido a que incluso los mismos integrantes de la agrupación no se consideran una tribu sino, una comunidad, puesto que siguen en constante interacción con la sociedad y rechazan la idea de verse como una tribu. De igual manera durante toda la convivencia con los jóvenes se logró comprender que esta agrupación por el gusto del anime y manga y en general de la cultura oriental, tiende a ser más que un escape de la sociedad, un hobby y no como

## **CONCLUSIONES**

aferrarse a la cultura. Es más una difusión de la cultura japonesa.

Así el explorar la manera en que conforma la identidad del joven que se autodenomina como “Otaku”; con las percepciones sociales vinculadas a esta denominación y la emergencia de una identidad Otaku, señalan el comienzo de un proceso de interiorización de elementos simbólicos por parte del mismo.

De ahí se logra destacar la relevancia de considerar al individuo y al grupo desde las particularidades de cada uno dentro de la conformación y interacción del individuo como Otaku, que apunta a la reciprocidad entre lo personal y lo social, resultando poco adecuado hablar de estos como instancias separadas; hecho que se ve reflejado en los resultados de la presente Investigación.

Por ello en base a la investigación realizada se dio cuenta de que los medios de comunicación proporcionan solo una parte de la realidad en cuanto a la información que manejan de lo que son las tribus y comunidades que se sitúan en las diversas urbes a nivel mundial.

Como ya se explicaba, la poca cercanía que se tiene ante esta comunidad, más situaciones que han fomentado a una mala visión y sumado a ello los estereotipos que les apropian a los jóvenes por parte de los medios de comunicación ha hecho que se dé una definición de los Otakus sin siquiera haberles estudiado previamente.

Sin embargo, poco a poco conforme esta comunidad de jóvenes ha ido creciendo y se ha ido abriendo puertas dentro de los ismos medios para tratar de derribar este tipo de estereotipos negativos hacia el joven Otaku., este hecho ha ido dando en Tuxtla Gutierrez ante la presencia cada vez más seguida de convenciones relacionadas con el gusto por la cultura nipona.

### **CON RESPECTO A LA CONFORMACIÓN DE LA IDENTIDAD OTAKU**

se puede describir a partir de los ejes centrales en la configuración de la identidad de los Otakus; esta comienza con el gusto como el factor principal de la reunión social de los jóve-

nes; el grupo como causa de la creación de la identidad como Otaku; el consumo como articulador de las actividades; el saber y conocimiento como condicionante del consumo y finalmente, la distinción entre los Otakus más jóvenes y los veteranos, en cuanto a sus actividades y formas de relacionarse con los pares creando diferentes conformaciones de identidades Otakus de acuerdo a las actividades y la edad de cada sujeto.

Un primer punto es la presencia del anime, principalmente de aquel que es visto desde la infancia, y también en la apreciación de las diferentes características narrativas de éste a partir de la trama y temática que estos presentan, a lo cual se debe la identificación que los jóvenes Otakus adquieren con los personajes.

El segundo punto maneja la creación de los grupos de jóvenes (clubs) en los que se desarrolla el sujeto como parte de movimiento social y cultural y actualmente como una comunidad en el que el objetivo es la difusión de la propia cultura nipona; al ser integrante de estos grupos el joven Otaku empieza a adquirir pautas y hábitos constantes relacionados al consumo de los productos de entretenimiento oriental los cuales generan ideologías que determinan las relaciones personales y su cosmovisión del mundo.

A su vez conforme se fue dando y llevando a cabo la investigación se logró apreciar que la identidad consta de dos factores importantes para su conformación que tienen que ver con la dimensión social e individual en las que se desarrolla el joven, ya que desde el aspecto social esta se halla sujeta a elementos propios de la cultura a la que pertenecen los individuos, por lo que el proceso de apropiación que siguen los Otaku, plantea introducirse en la complejidad del dilema que les supone la construcción de una identidad que toma elementos de la propia cultura e introduce elementos de otra, distante tanto en el proceso histórico como social.

Así se observa la importancia de considerar al individuo perteneciente a un grupo, pero no atrapado totalmente en este, en ese sentido se halla una importante relación entre la histo-

## CONCLUSIONES

ria de vida de cada persona y la construcción de una identidad como Otaku, que no radica únicamente en lo que podría considerarse una influencia de grupo, al haber cierta influencia de aprendizaje de la cultura nipona por parte de los amigos del club, ya que en algunos casos esto puede ser lo que les motive a asumir una identidad Otaku.

La apropiación de un elemento perteneciente a otra cultura, lleva a una resignificación del mismo; hecho que fue posible evidenciar con el concepto de Otaku originario de Japón, pues un Otaku occidental, retomando estudios realizados en diversos países latinoamericanos, difiere mucho del concepto de un Otaku japonés u oriental, mientras que en el primero se toma como un lazo unificador e integrador social, en el segundo se observa más como su contrario.

Y es que el Otaku occidental, en especial el tuxtleco, adquieren un sentido identificado por lo menos dentro de la comunidad Otaku, que se ajusta al contexto y a la realidad social de esta ciudad y tiende a desarrollar cada vez más expresiones, posturas y/o gestos que puedan compartir y que ayuden a una mejor comunicación entre su grupo y con quienes los rodean en el exterior.

A su vez se ha logrado identificar algunas de las características de los jóvenes que asumen tener una identidad como Otaku entre ellas son: el hecho de ver anime y leer manga porque les gusta, no se entran en solo un estilo de anime, para ellos es fundamental el respeto tanto para aquellas personas que no les gusta como para ellos mismos como comunidad. Por otro lado pudimos apreciar que como en una investigación pasada en la que una servidora definió tres tipos de Otakus estos se complementan con los mencionados por uno de los Otakus participantes que conllevó a pensar que en definitiva a muchas formas de clasificar al joven Otaku, sin embargo estas normalmente siempre serán tres y se definirán a partir de la personalidad del individuo por lo que desde la perspectiva de esta investigación se puede decir que se retomara la clasificación del participante mencionando que aquel Otaku que logra

## **EDUCACIÓN E IDENTIDAD OTAKU**

conformar la identidad se encuentre dentro de los Otakus sociales que el participante mencionaba mientras que aquellos fanáticos obsesivos y sin fundamento en su personalidad más que encerrarse en una identificación hacia este grupo por ver solo anime es considerado como Otako o lo que vendría a ser el Otaku nini al que hizo mención el participante.

Habiendo dicho esto se puede mencionar que para que exista una verdadera identidad Otaku esta debe pasar por cierto proceso el cual va como primera instancia el iniciar como Otakos para posteriormente ir desarrollando los conocimientos y las características necesarias para poder adquirir la identidad ya que esta se basa en es aquella que sabe distinguir la realidad de lo ficticio y que normalmente cuenta con una profesión por lo que no se enfrasca solo en el gusto por el anime y manga y lleva una vida cotidiana en la que desempeña cada uno de los roles sociales de acuerdo a lo establecido en la sociedad; y sabe dónde ser Otaku, que no necesariamente tienes que serlo en tu lugar de trabajo, pues este sabe dónde y también identifica a la gente con la que puedes entablar una conversación Otaku.

Por ultimo cabe destacar que durante toda la investigación se logró apreciar que a pesar de que la comunidad Otaku es grande en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez estos tienden a ser conocidos en muchos de los casos como fanáticos o aficionados al anime y manga y no como Otakus ,esto talvez a la misma complementación de sus relaciones sociales que llevan a cabo al reservar esta identidad solo para ocasiones en las que se les presente la oportunidad de darla a conocer; de ahí que se piense que la identidad de la comunidad Otaku en general puede considerarse como una identidad latente que se mantiene apagada cuando estos desempeñan sus actividades cotidianas y se prende cuando se encuentre con alguien que comparte este mismo gusto.

### **CON RESPECTO A LA INFLUENCIA DE LA EDUCACIÓN**

Con todo lo dicho anteriormente se puede decir que esto a modo de conclusión hace pensar que la educación se ha vuelto muy importante dentro de la construcción/conforma-

## CONCLUSIONES

ción de la identidad Otaku; ya que los tres tipos de educación coexisten dentro de las dimensiones de Hall para llevar a cabo la creación de la identidad aunque en el caso de los jóvenes Otakus la educación informal tiende a tener un mayor peso dentro de esta conformación ya que es la que más logra permearse en todos los espacios y estructuras en las que el sujeto se desenvuelve desde muy temprana edad. Por lo que cabe mencionar de la educación es un factor muy importante dentro de la construcción del individuo como ser Otaku no está de más.

Por ello la influencia de la educación formal, no formal e informal han ayudado a la construcción de la identidad del Otaku, al proporcionarle ciertos espacios en el que el sujeto puede desarrollar y aprender nuevas habilidades que desarrollan a partir de este gusto por algunos elementos de la cultura oriental, cuya manifestación más clara está en el anime y el manga, en donde los contenidos reflejan valores, costumbres y tradiciones de la cultura oriental, que convencer a los Otakus y los anima, no sólo en su práctica, sino a la configuración de su identidad, que los lleva a en muchas ocasiones darse cuenta de sus gustos en el campo laboral eligiendo Licenciaturas que están relacionadas con alguna habilidad que han desarrollado a partir de ello como la de Diseño Gráfico.

O en la forma de estructurar sus mismos proyectos de enseñanza dentro de los eventos que realizan para compartir ciertos conocimientos relacionados a la cultura oriental. Por medio de un programa semiestructurados como si fueran clases formales en muchas ocasiones siguiendo un ejemplo de enseñanza al impartir los cursos o talleres.

Por último cabe mencionar que la educación y mejor dicho el aprendizaje informal por medio de todos los modelos que recibe el Otaku toma gran valor al ver como estos aplican cada una de las enseñanzas o valores aprendidos a partir de alguno de los productos de entretenimiento oriental y lo transmite con su entorno social.

Siendo entonces la educación un factor muy importante para el desarrollo del joven y su identidad ya que sin ella sería muy difícil que el joven pudiera conocer los medios para lograr llevar a cabo las actividades y practicas necesarias para la conformación y reforzamiento de la misma.

A su vez cabe destacar que las relaciones sociales que entabla el joven Otaku son parte esencial en esta construcción de su identidad y por ello es imprescindible hacer notar que las instituciones educativas se vuelve un espacio en el cual el joven Otaku entabla relaciones sociales, a través de la construcción de redes con otros jóvenes que comparten el mismo gusto; pues siendo la escuela uno de los espacios en los que el sujeto pasa la mitad del día, es en este donde tiende a formar la mayoría de sus relaciones sociales y crear esos lazos de amistad con otras personas; que en el caso del Otaku encuentra con quien compartir e identificarse a partir de su gusto por el anime/ manga.

### **CON RESPECTO A SUS RELACIONES SOCIALES Y LAS PRÁCTICAS INTERCULTURALES**

Dentro de la comunidad de jóvenes Otakus se tiende a ayudar con actividades y dinámicas para crear lazos de amistad y compañerismo considerando estos como algunos de los valores más importantes que se fomentan dentro del grupo en el que se encuentra el joven Otaku. A su vez estas interacciones o relaciones sociales se llevan a cabo en eventos de anime en donde se congregan muchos aficionados del anime y manga no solo de Tuxtla sino también de otros lados del estado.

Esto se vuelve una nueva forma de organizarse y de crear relaciones sociales para el joven Otaku y lo hacen en este círculo porque para algunos de ellos es difícil entablar una conversación con compañeros de escuela o vecinos con quienes no se sienten identificados, a diferencia de aquellos quienes comparten sus mismos gustos por lo que a través de la convivencia en la comunidad Otaku estos pueden mejorar su

## CONCLUSIONES

---

personalidad y ayudarlo a volverse más extrovertidos ya que el anime, el manga y el cosplay funcionan como gancho integrador a la sociedad, algo que contradice a lo que es un Otaku en Japón.

Cabe mencionar que dentro de los grupos de jóvenes Otakus estos mismos a partir de un cierto tiempo de convivencia se definen como una gran familia que apoya a sus integrantes, motivo por el que varios de estos jóvenes lo consideran de esta manera debido al gran gusto y afición por los productos de entretenimiento oriental que todos tienen. Dentro de este punto es necesario resaltar el comentario de una de chicas participantes dentro del grupo de discusión la cual mencionó que “para ser un Otaku se debe de tener una personalidad. De esta manera la afición de la cultura japonesa con el consumo de mangas o animes suele ser un refugio de paz y tranquilidad para los jóvenes Otakus.

Así de igual forma las relaciones sociales del Otaku con gente que no pertenece a la comunidad no dejan de ser diferente pues este sabe que esta identidad solo puede salir a flote en determinado lugar y con determinadas personas ya que en algunas ocasiones puede ser mal interpretado y ser catalogado como inmaduro e infantil por su propio gusto.

Por ello se puede decir que la comunidad Otaku lleva a cabo ciertas prácticas interculturales sin darse cuenta de forma natural como es el caso del idioma , pues a partir del consumo de los productos aprenden palabras o frases japonesas que en alguna que otra conversación o reunión mientras conviven con los demás integrantes de la comunidad llegan a utilizar mezclando e intercalando el idioma español con el japonés esto es conocido como nipo-español, Esto nos dice que no tienen una cultura muy distinta a la predominante sino que ha habido una mezcla de idiomas lo que muestra un claro ejemplo de hibridación de idiomas.

Sin embargo cabe mencionar que la comunicación verbal que se logra conocer entre ellos es algo común, su humor y sus expresiones son basados en su cultura origen, en este caso

la mexicana; sin embargo muchos de los jóvenes que se encuentran dentro de las comunidades Otakus en algún momento de su proceso de construcción de identidad han estudiado o aprendido un poco del idioma japonés, que suelen practicar entre ellos o sólo usarlo como complemento dentro de sus círculos de amigos. Por ello el nipo-español es muy utilizado y escuchado en las instalaciones de convenciones o reuniones con demás simpatizantes de dicha cultura, anime, manga o cosplay. Cabe aclarar que los jóvenes Otakus no utilizan el nipo-español con mucha frecuencia.

Otra de las practicas interculturales que los jóvenes de la comunidad Otaku realizan son relacionadas con el aprendizaje de ciertos valores muy arraigados de la cultura japonesa como son, el honor, el compromiso y la valentía los cuales interiorizan y aplican en la medida de lo posible en su vida diaria, a su vez también estos aprenden sobre posibles soluciones de problemas a través de los productos de anime y manga.

Los Otakus tuxtlecos no solamente forman grupos que intercambian manga y anime, sino que crean cultura, en el sentido de que comparten un sistema de significados, creencias, valores y prácticas comunes, y es cultura porque coexisten en espacios determinados consumiendo un paquete cultural definido, es decir, infundiendo significados particulares a las distintas actividades que realizan, éstas se convierten en prácticas culturales.

Por ello el manga y anime son una herramienta para la construcción sociocultural de los jóvenes Otakus en Tuxtla. De ahí que los procesos de identidad o identitarios no necesariamente tienen que coincidir con una sola cultura o con la cultura dominante, debido a que las culturas son más híbridas que las identificaciones que pueden surgir en el ser humano, este es el caso de los Otakus, que conciben su cultura a partir de la identificación hacia otra. Con ello queda claro que los jóvenes Otakus realizan ciertas prácticas de interculturalidad ya que a partir de ellas estos están generando una hibridación cultural entre la cultura mexicana y la japonesa dándole el valor y reconocimiento a cada una en sus respectivos valores, costumbres y tradiciones.



# REFERENCIAS

- Aguado Odina, Teresa. Investigación en Educación intercultural. Revista Education, no. 22. Madrid, 2004.
- Aguirre, J. M. (1990). Industria cultural: de la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática. Caracas: Litterae.
- Álvarez, D. (30 de Noviembre 2012). "Aprendizaje formal en ambientes formales". Boletín SCOPEO, (74). Recuperado de: <http://scopeo.usal.es/enfoque-bol-74-aprendizaje-informal-en-ambientes-formales/>
- Anderson, Benedict (1993) "el origen de la conciencia nacional", en Anderson, Benedict (1993) Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo, México, FCE, pp 63-122.
- Arciniegas Gómez, S. y Mora León, S. (2010). Fuck yeah anime! Estudio del diseño del anime japonés como generador de prácticas placenteras (tesis de licenciatura), Bogotá, Universidad Sergio Arboleda.
- Balderrama Gastelú, L., y Pérez Hernáiz, C. C. (26 de Enero de 2009). La elaboración del ser Otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno. [Tesis]. Caracas, Venezuela.
- Bauman, Z. (2010). Identidad. 2<sup>da</sup> reimpresión. Buenos aires, Argentina. Editores Losana.
- Bauman, Z. (2013). La cultura en el mundo de la modernidad líquida. México. Fondo de Cultura Económica. España
- Berger, Peter y Thomas Luckmann (2001), La construcción social de la realidad, Argentina: Amorrortu.
- Bogarín Quintana, M. J. (2011). Kawaii. Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime. Culturales, VII (13) 63-84. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69418365004>
- Bourdieu, P. (2010). El sentido social del gusto, elementos para una sociología de la cultura. 3<sup>a</sup> reimpresión. Buenos Aires. Editores siglo veintiuno.
- Brito Rivera, H y Quesada, F. (2008). La radio y la construcción cultural de gustos musicales e identidades juveniles, un ejercicio de investigación cualitativa. México DF. Universidad Autonoma Metropolitana.
- Brunner, José J. (2003). Educación e internet ¿la próxima revolución? México: Fondo de Cultura Económica.
- Carolina, Hirmas (2008). Educación y diversidad cultural: lec-

## REFERENCIAS

- ciones desde la práctica innovadora en América Latina. Chile. Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001626/162699s.pdf>
- Castillo, C. (Septiembre. 2001). Transformaciones de las identidades juveniles “Las tribus urbanas”, en Boletín (3) de la Fundación Puertas Abiertas. Recuperado en: <http://www.puertasabiertas.com.ar/descargas/tribusurbanas.pdf>
  - Castillo, H. (2002). De la banda a las tribus urbanas, de la trasgresión a la nueva identidad social. Desacatos, num. 9. Pp. 57-71.
  - Camacho, V. E. (18 de Febrero de 2011). Anime vs Clasificación. Tesis. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México.
  - Canclini, G. (1991). El consumo sirve para pensar. Recuperado el 26 de Marzo de 2012, de Antropologiasyc: [http://www.antropologiasyc106.com.ar/constructores/33cap5\\_canclini.pdf](http://www.antropologiasyc106.com.ar/constructores/33cap5_canclini.pdf)
  - Cardozo, Gina. (2015). Historia del concepto de red social. Recuperado de [http://api.ning.com/files/XTj6PLCPPuFqdfb7UgUqoC3MJJP-2Gp8uETdvZtgGysgOtikjOSDtmFBx\\*D5\\*s9HLJlrxDDysQ3WRdjAw-QBay\\*fSCWgNomHy/Historiadelconceptoderedsocial.pdf](http://api.ning.com/files/XTj6PLCPPuFqdfb7UgUqoC3MJJP-2Gp8uETdvZtgGysgOtikjOSDtmFBx*D5*s9HLJlrxDDysQ3WRdjAw-QBay*fSCWgNomHy/Historiadelconceptoderedsocial.pdf)
  - Chihu Amparán, Aquiles [coord.] (2002), Sociología de la identidad, México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, Miguel Ángel Porrúa
  - Cobo Romani, C.; Moravec, J. W. (2011). Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación. Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. Barcelona.
  - Cobos, T. L. (Mayo-Julio, 2010). Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura Otaku en América Latina. Razón y Palabra, (15) 72. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Estado de México, México. Recuperado de: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia\\_72/32\\_Cobos\\_72.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/32_Cobos_72.pdf)
  - Cruz Burguete, Jorge Luis (1998), Identidades en fronteras y fronteras de identidades. México: El Colegio de México.
  - De Sousa Santos, B. (1998) “Los nuevos movimientos sociales” en De la mano de Alicia. Lo social y lo político en la posmodernidad, Bogotá, UNIANDES, pp. 312-343.
  - Díaz, M., Jiménez, M. y Martínez, L. (2015). Redes de comunicación en la comunidad otaku (Tesis de licenciatura inédita). Universidad Autónoma de Chiapas. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
  - Dietz, Gunther (2003) “Por una antropología de la interculturalidad”, en Dietz, Gunther (2003) Multiculturalismo, interculturalidad y educación. Una aproximación antropológica. UGR. Granada. pp. 79 - 127.
  - Duhalde, S. (2008). Significante y política. Reflexiones teóricas so-

bre las prácticas hegemónicas en el mundo laboral. *Revista Electrónica de Psicología Política*, 6(17), pp. 1-19.

- Erickson, Erick (1977), "La identidad psicosocial", en Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, tomo V, Español: Aguilar
- Feixa, Carles. De Jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud, Capítulo III. Editorial Ariel, S.A. Barcelona, 1999.
- García Huerta, D. (2012). Instituciones Otakus en Guadalajara. Recuperado de: [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/vinculos/pdfs/vinculos3/4inv\\_instituciones.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/vinculos/pdfs/vinculos3/4inv_instituciones.pdf)
- García Nuñez, R. & García Huerta, D. (2014). Manifestaciones de la cultura popular del Japón en México: convenciones de cómics, anime y cosplay. *Revista de Tecnología y Sociedad*, "El incremento de la productividad y competitividad en México: Innovación, conocimiento y desarrollo". Año 3, núm. 5. Recuperado de: <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/207/297>
- Gastón Sepúlveda, E. (Mayo 2005). Interculturalidad y construcción del conocimiento. *Reflexiones pedagógicas*, Docencia 13. pp. 38 - 45.
- Giménez, Gilberto (1996), "La identidad social o el retorno del sujeto en Sociología", en *Identidad: análisis y teoría, simbolismo, sociedades complejas, nacionalismo y etnicidad*. III Coloquio Paul Kirchhoff, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Godenzzi, J. C. (S/F). Equidad en la diversidad. Reflexiones sobre educación e interculturalidad en los Andes y la Amazonía. [Manuscrito Inédito]. Cuzco-Perú: Centro Bartolomé de Las Casas.
- Goldenstein, B., Goldenstein, M., & Analía, L. (2012). viñetas-sueltas. Recuperado el 25 septiembre 2014, de <http://viñetas-sueltas.com.ar/congreso/pdf/Historieta,MangayAnimacion/goldensteinymeo.pdf>
- Gómez, P. A. (2001). Imaginarios sociales y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad. *Cuadernos*, 17 Febrero, Universidad de Jujuy, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Secretaría de Ciencia y Técnica y Estudios Regionales San Salvador de Jujuy, Argentina, pp. 195-209
- Gómez, R. y Mayo, E. (noviembre 07, 2014). Fundador y representante del Anarchy Anime. [Cinta de audio] Entrevista de J. Rodríguez Salas
- Gómez Vargas, H. (Febrero-abril, 2011). Fans, jóvenes y audiencias en tiempos de la cultura de la Convergencia de medios. A dos décadas de *Textual Poachers*, de Henry Jenkins. *Razón y Palabra* (75).
- Grimaldi, A. (15 de noviembre, 2014). Integrante del nime Fantasy Club [Cinta de audio] Grupo de discusión de J. Rodríguez Salas
- Grimson, A. (2011). "Dialéctica del culturalismo", en *Los límites de la cultura. Crítica de las teorías de la identidad*, México, Siglo XXI, pp. 53-89
- Gurria Aguilar, N. (10 de noviembre, 2014). Fundador del Otaku Fan club [Cinta de audio] Entrevista de J. Rodríguez Salas

## REFERENCIAS

- Gutiérrez Martínez, D. (2010). "Heurística de las identidades colectivas y las identificaciones" en Epistemología de las identidades. Reflexiones en torno a la pluralidad, México, UNAM, pp. 77-104.
- Hall, E. T. (1978). Más allá de la cultura. Barcelona: Gustavo Gili Editorial S.A.
- Hall, E. T. (1990). El lenguaje silencioso. (1ra. ed. Vol. 1). México: Alianza Editorial Mexicana/ CONACULTA.
- Habermas, Jürgen (1987), Teoría de la acción comunicativa, vol. 1, Madrid: Taurus.
- Hernández Esquivel C. E. (Abril-Junio, 2013). Animación japonesa y shintō. La Colmena (78).
- Herrera Castañeda, M. V. (2014). La educación superior como significante en el trayecto de vida de los jóvenes que ingresan a la universidad (Tesis doctoral inédita). Universidad Autónoma de Chiapas. México.
- Hevia, R. (Coord). (2005). Diversidad Cultural, materiales para la formación docente y el trabajo de aula. Chile. Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Recuperado de <http://unes-doc.unesco.org/images/0015/001512/151226s.pdf>
- Jiménez, F. (18 de septiembre, 2014). Editor y promotor de la editorial Panini Comics México [Cinta de audio] Entrevista de J. Rodríguez Salas.
- Kaluf Cecilia. (2005). Diversidad Cultural, materiales para la formación docente y el trabajo de aula. Chile. Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151226s.pdf>
- Larraín, J (2003). El Concepto de Identidad. Revista Famecos Portoalegre # 21. [En línea]. Recuperado en: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/viewFile/348/279>
- Lévy, P. (2007). Cibercultura: La cultura de la sociedad digital. España: Antrophos.
- Martín-Laborda R. (2005). Las nuevas tecnologías en la educación. Madrid: Fundación AUNA
- Loeza Reyes, L. et al. (2010). Identidades, subjetividades y actores sociales. México. UNAM, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.
- Mafessolli, M. (2013). El tiempo de las tribus, el ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas. Segunda edición México DF. Siglo veintiuno
- Manzanal, Mabel, et.al. (2006). Desarrollo Rural. Organizaciones, Instituciones y Territorio. Argentina: Ed. Ciccus, pp. 74,76.
- Marenales, E. (1996). Educación formal, no formal e informal, Temas para concurso de maestros. Editorial aula. Recuperado de: <http://www.inau.gub.uy/biblioteca/eduformal.pdf>
- Martínez Casas, Regina. Diversidad y educación intercultural. En: Multiculturalismo. Desafíos y perspectivas. Siglo XXI, editores, México, 2006.

- Marquès Graells, P. (2003). Los medios de comunicación y la educación informal en el siglo xx. Recuperado de: <http://www.premarques.net/murcia03.htm>
- Medina, Andrés (1992), “La identidad étnica: turbulencias de una definición”, en Méndez y Mercado, Leticia Irene [comp.], I Seminario sobre identidad, México: Instituto de Investigaciones Antropológicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Meentzen, K. y Agurto, J. (2005). Interculturalidad: desafío y proceso en construcción. Manual de capacitación. SERVINDI. Recuperado de: <http://www.servindi.org/pdf/manual2.pdf>
- Melucci, A, (1999) “Los movimientos sociales en la sociedad contemporánea” en Acción colectiva, vida cotidiana y democracia, México, COLMEX pp. 69-93.
- Méndez Guerrero, Gabriela F. (2010). “Cibercultura: Una aproximación conceptual al Otaku en la red Gaia Online”. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Méndez Tóala, L. (15 de noviembre, 2014). Integrante del Anarchy Anime [Cinta de audio] Grupo de discusión de J. Rodríguez Salas
- Menkes, Dominique. (Enero-junio, 2012). La cultura juvenil otaku: expresión de la posmodernidad Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, vol. 10, núm. 1. pp. 51-62 Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud Manizales, Colombia.
- Mercado, A. y Hernández, A. (mayo - agosto 2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, núm. 53. pp. 229-251. Recuperado de: <http://scielo.unam.mx/pdf/conver/v17n53/v17n53a10.pdf>
- Montero, M. (1980). La psicología social y el desarrollo de comunidades en América Latina Revista Latinoamericana de Psicología, vol. 12, núm. 1, pp. 159-170 Fundación Universitaria Konrad Lorenz Bogotá, Colombia. Recuperado de : <http://www.redalyc.org/pdf/805/80512113.pdf>
- Moraga González, Mario, Solorzano Navarro, Héctor. (Diciembre, 2005). Cultura urbana hip-hop. Movimiento contracultural emergente en los jóvenes de Iquique. Última Década, (23), pp. 77-101, Centro de Estudios Sociales, Chile.
- Nassif, Rama y Tedesco: “El sistema educativo en América Latina”, Kapelusz, Bs. As., 1984.
- Ornelas Huitron, A. (2009). Formación humana y conflicto identitario en la diversidad cultural. X Congreso Nacional de Investigación Educativa | área 15 procesos de formación. Veracruz, México.
- Ortiz, Renato. (Mayo-Junio, 1995). Cultura, modernidad e identidades. Nueva Sociedad (137), pp. 17-23.
- Ovilla Pérez, A. (06 de noviembre, 2014). Fundador del Anime Fantasy Cosplayer [Cinta de audio] Entrevista de J. Rodríguez Salas

## REFERENCIAS

- Papalini, V. A. (2006). ANIME Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social. Buenos Aires: La Crujía. Pp. 1-47. Recuperado de: <http://www.terras.edu.ar/aula/tecnicatura/9/biblio/9PAPALIN-Viviana-Breve-historia-del-manga.pdf>
- Park, R. (enero-junio, 2013). Sociología, comunidad y sociedad. EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales, núm. 25, pp. 195-211 Universidad Nacional de Educación a Distancia Madrid, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/2971/297125768008.pdf>
- Pérez, F.D. (15 de noviembre, 2014). Integrante del Otaku Fan Club [Cinta de audio] Grupo de discusión de J. Rodriguez Salas
- Pérez Toledo, I. (15 de noviembre, 2014). Integrante del Otaku Fan Club [Cinta de audio] Grupo de discusión de J. Rodriguez Salas
- Pescador, A. (17 de Febrero, 2008). Las industrias culturales en un mundo globalizado. La Jornada Semanal. Recuperado de: <http://www.jornada.unam.mx/2008/02/17/sem-alejandro.html>
- Ramírez Saiz, Juan M. "Dimensiones constitutivas y ejes estructurales de la ciudadanía", en Revista Estudios Políticos. Centro de Estudios Políticos, FCPyS-UNAM, Num.26, mayo-agosto del 2012, pp. 11-35
- Ray, N (Director). (1955). Rebelde sin causa. En W. B. Pictures (Producer). Estados Unidos: Warner Bros. Pictures.
- Reguillo Cruz, Rossana (2007). Emergencia de culturas juveniles: estrategias del desencanto. Bogota: Grupo editorial Norma.
- Romero Quiroz, J. (S/F). Influencia cultural del anime y manga japonés en México [Tesis] México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Sá markman, R. La Juventud y el Simbolismo de la Música Mangubeat: Valores y Postmodernidad. Tesis (Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación). Bellaterra, España: Universidad Autónoma de Barcelona, Programa de Doctorado en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, 2008. 414 p.
- Saez Alonso, R. (2006). La educación intercultural. Revista de educación, 339.
- Santamaria Zurita, N. (2012). Proyecto de revista cultural especializada para la difusión y posicionamiento de la danza en Quito ( Tesis de Licenciatura Inedita). Universidad Central del Ecuador. Quito, Ecuador.
- Santana, V. R. (6 de Enero de 2008). Industrias culturales. México en el contexto latinoamericano. La Jornada semanal. Recuperado de: <http://www.jornada.unam.mx/2008/01/06/sem-vianka.html>
- Santiago Andrea, A. G., y Sergio Felipe, M. L. (11 de Mayo de 2010). Fuck yeah anime! Estudio del diseño del anime japones como generador de prácticas placenteras. [Tesis]. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.
- Soto Fernández, J. R. y Espido Bello, X. E. (1999). La educación formal, no formal e informal y la función docente. Innovación Educativa (9), p. 311-323

- Suárez Arroyo, B. (2 de septiembre, 2005). La formación a lo largo de la vida: un reto social y educativo. Recuperado de: <http://www.unizar.es/ice/images/stories/materiales/laformacionencompetenciasmec.pdf>
- Tamayo S. et al. (2005). Identidades Urbanas. Universidad Autónoma Metropolitana. México DF.
- Takahashi, K. (1996). Yu-Gi-Oh! Juego de cartas coleccionables. Bélgica: Konami Digital Entertainment, Inc.
- Tipa, J y Zebadua, J. (2014). Juventudes, identidades e interculturalidad. Consumos y gustos musicales entre estudiantes e la Universidad intercultural de Chiapas. Primera edición. Universidad Autónoma de Chiapas. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- Tolosa, M. (2010). Comunicar es crear comunidades. Razon y palabra, num. 71. Recuperado de: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/21%20TOLOSA\\_REVISADO.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/21%20TOLOSA_REVISADO.pdf)
- Touraine, Alain (1997) “La sociedad multicultural”; en Touraine, Alain (1997) ¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes, México. FCE, pp 165-204.
- Umaña, G y Caro, S. (2004). El juego asimétrico del comercio: El Tratado de Libre Comercio Colombia- Estados Unidos. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, Centro de Investigación para el Desarrollo.
- Urteaga, M. (Junio-julio 2010). Tribus urbanas, cultura (s) juvenil(es) y futuro de los jóvenes en México. Revista Cultura Juvenil y Contracultura II (8), pp. 4-6. Recuperado de: <http://www.uia.mx/web/files/revistaibero/008ibe-ro.pdf>
- Urteaga, M. (2011). La construcción juvenil de la realidad, jóvenes mexicanos contemporáneos. Universidad Autónoma Metropolitana. México DF.
- Vega, R. (abril, 2010). Las tribus urbanas en México. Recuperado de: [http://www.imch.org.mx/04\\_archivos/IMCHMem2009-2012.pdf](http://www.imch.org.mx/04_archivos/IMCHMem2009-2012.pdf)
- Vélez Quintero, A. (2009). Construcción de subjetividad en jóvenes raperos y raperas: más allá de la experiencia mediática. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 7(1), pp. 289-320.
- Vila Merino, Eduardo S. (2005) Ética, interculturalidad y educación democrática. Hacia una pedagogía de la alteridad (capítulo 2). Huelva, España: Hergue Editorial, pp.19-48.
- Wiewiorka, M., & Gutiérrez, D. (coord). (2006). Cultura, sociedad y democracia. En Multiculturalismo. Desafíos y propuestas (pp. 25-76). México: UNAM.
- Yepes Martínez, M. (25 de octubre, 2014). Fundador del Representante de Anime Fantasy Club [Cinta de audio] Entrevista de J. Rodríguez Salas
- Zapata Barrero, Ricard. (2008). Diversidad y política publica. Recuperado de [https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/PDF%20Papeles/104/diversidad\\_politica\\_publica.pdf](https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/PDF%20Papeles/104/diversidad_politica_publica.pdf)



## ANEXO I. ENCUESTA PARA LOS OTAKUS



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES**  
**CAMPUS VI**  
**MAESTRÍA EN ESTUDIOS CULTURALES**



Esta encuesta se aplica para conocer: gustos, rangos de edades y preferencias que tienen los jóvenes Otakus de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, con la finalidad de llevar a cabo la investigación denominada: Los Otakus en Chiapas. Prácticas de formación identitaria y relaciones sociales.

Instrucciones: Subraya la opción de tu preferencia, en cada pregunta sólo podrás elegir una opción o bien complementa las preguntas que así lo requieran.

### A) Aspectos generales

1. Edad:
2. Sexo:
3. Escolaridad y Carrera:
4. Estado civil:
5. Trabajo:
6. Ingreso económico mensual promedio:
7. Religión:

Enumera en grado de consumo del 1 al 8 los siguientes productos de acuerdo al grado de consumo que tienes de ellos; considerando como 1 el de mayor consumo y 8 como el de menor consumo.

8. ¿Cuál de los siguientes productos de entretenimiento oriental es el que más consumes?

- |                           |                         |                      |
|---------------------------|-------------------------|----------------------|
| a) Manga                  | b) Doramas              | c) Trading Card Game |
| d) Anime                  | e) J-music              | f) K-music           |
| g) Figuras coleccionables | h) Alimentos orientales |                      |

## Indicaciones: Subraya la opción de tu preferencia

9. ¿Qué género de anime es el que más ves?

- a) Maho Shoujo b) Mecha c) Sentai d) Spokon e) Cyber punk f) Meitantei g) Romakome h) Shonen i) Yaoi j) Shoujo k) Yuri l) Hentai m) Ecchi n) Harem ñ) Harem reverso o) Magical girlfriend p) Gore q) Anime progresivo r) Gekiga

10. ¿Cuál es tu anime favorito?

11. ¿Qué es lo que más te atrae de ese anime?

- a) La temática b) La estética de los personajes c) La trama de la historia d) otro:

## B) Construcción identitaria

12. ¿A qué edad te volviste otaku?

13. ¿Con quiénes compartes el gusto por la cultura oriental?

- a) compañeros de la escuela b) familia c) amigos del club d) amigos e) otros:

14. Con relación a la pregunta anterior enumera del 1 al 5 los incisos de la (a) al (d) de acuerdo a con quienes se dio primero tu primera relación de compartir los mismos gustos (otakus); considerando el 1 como el primer grupo con el que empezaste a compartir tu gusto por estos productos y 5 para el último con el que te empezaste a relacionar.

a) \_\_\_ b) \_\_\_ c) \_\_\_ d) \_\_\_ e) \_\_\_

15. ¿En tu familia eres el único con este gusto? (En caso de que la respuesta sea no; menciona en la línea quien o quienes más comparten este gusto)

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

16. ¿Cómo te relacionas con las personas cuya afinidad por el anime/manga es la misma que la tuya?

a) frecuentemente

-diario

-una vez a la semana

-una vez al mes

b) esporádicamente

- una vez cada tres meses

- una vez cada seis meses

- una vez al año o más de un año

17. Desde tu punto de vista ¿qué crees que el anime/manga/dorama enseñe o transmita a partir de sus contenidos?

18. ¿El consumo de estos productos influye en tu vida cotidiana?

Si                      No

¿Porqué?

19. ¿Consideras que la influencia de estos productos es fuerte para los jóvenes que la consumen; eso incluyéndote a ti como uno de ellos?

No                      Si

¿Porqué?

20. ¿Consideras que el consumo de estos productos influye o influye en tu elección de la carrera que estudias o piensas estudiar?

Si                      No

¿Por qué?

21. ¿Menciona cuáles crees que son los valores que más se representan en estos productos?

---

23. ¿Qué valores se reflejan en tu personalidad?

24. ¿Estos valores también se encuentran en nuestra cultura?

Si                      No

25. ¿Crees que el consumo de estos productos ayude a fortalecer ciertos valores o actitudes en la vida cotidiana de la persona que gusta de ellos?

Si                      No

¿Por qué?

26. ¿Quieres agregar algo que te gustaría que la sociedad en general supiera acerca de los Otakus?

**GRACIAS ARIGATO**

### **ANEXO 2. GUÍA DE ENTREVISTA A REPRESENTANTES DEL CLUB OTAKUS**

1. ¿En qué año llega el manga y el anime a Chiapas y en particular a Tuxtla Gutiérrez?
2. ¿Cuándo se fundó el Club y cuáles son sus objetivos? ¿han cambiado?
3. ¿Cuál es la misión y visión del club de Otakus?
4. ¿Con el paso del tiempo que tanto ha crecido el club?
5. Si o no y porqué o partir de qué? (factores)
6. ¿Qué actividades debe desarrollar un miembro del club?
7. ¿Cuándo se considera que un miembro del club ya es un Otaku?'
8. ¿Qué características tiene un Otaku o debe tener?
9. ¿Cómo crees que se conforma la identidad Otaku?
10. ¿En qué momento un individuo puede considerarse un Otaku?
11. ¿Cuáles son los requisitos para pertenecer al club de Otakus?
12. ¿Qué actividades se desarrollan en el club para fortalecer la identidad Otaku?
13. ¿Cuál es la dinámica que desarrolla un Otaku dentro y fuera del club?
14. ¿dentro del club cuales son los valores que se promueven para la convivencia de los Otakus?
15. ¿La dinámica de los Otakus ha cambiado en el tiempo (origen y hoy)?
16. ¿Dentro del grupo cuantos integrantes hay y de qué edades son?
17. ¿Cuáles son los productos de anime manga clasificación que más se consumen en Chiapas? ejemplos
18. ¿En qué año y quienes empezaron a organizar las convenciones en Chiapas?
19. ¿En qué año empiezan ustedes a organizar convenciones de anime y manga y con objetivo los realizan?
20. ¿Podrías contar una anécdota sobre los comienzos del grupo y sus actividades entorno al consumo del manga y el anime?

## **ANEXO 3. GUÍA DE ENTREVISTA**

### **AFUNDADORES DEL CLUB**

1. ¿En qué año llega el manga y el anime a Chiapas y en particular a Tuxtla Gutiérrez?
2. ¿Cuándo se funda el Club y cuáles son sus objetivos?
3. ¿Por qué se crea el club de Otakus?
4. ¿Con cuántos miembros se funda el club?
5. ¿El club ha crecido?
6. Si o no y porqué o partir de qué?
7. ¿Qué actividades debe desarrollar un miembro del club?
8. ¿Cuándo se considera que un miembro del club ya es un Otaku?
9. ¿Qué características tiene un Otaku o debe tener?
10. ¿Cómo cree usted que se conforma la identidad Otaku?
11. ¿En qué momento un individuo puede considerarse un Otaku?
12. ¿Cuáles son los requisitos para pertenecer al club de Otakus?
13. ¿Qué actividades se desarrollan en el club para fortalecer la identidad Otaku?
14. ¿Cuál es la dinámica que desarrolla un Otaku dentro y fuera del club?
15. ¿La dinámica de los Otakus ha cambiado en el tiempo (origen y hoy)?
16. ¿Dentro del grupo cuantos integrantes hay y de qué edades son?
17. ¿Cuáles son los productos de anime o manga que más se consumen en Chiapas?
18. ¿En qué año y quienes empezaron a organizar las convenciones en Chiapas?
19. ¿Podrías contar una anécdota sobre los comienzos del grupo y sus actividades entorno a el consumo del manga y el anime?

**ANEXO 4. GUÍA DE OBSERVACIÓN**

Lugar:

Fecha:

Hora:

Identidad	Registro del evento	Interpretación
Actitudes		
Comportamientos		
Expresiones		
Prácticas		

## ANEXO 5. IMÁGENES DETONANTES DEL GRUPO DE DISCUSIÓN Y LINKS DE VIDEOS MOSTRADOS

Clásicos Anime 1963-1996 (1/2) Español latino

<https://www.youtube.com/watch?v=S-rlgiAAKnc>

Clásicos Anime 1996-2008 (2/2) Español latino <https://www.youtube.com/watch?v=GVOCpbNqfEo>



### Regla otaku # 4

El anime nos enseña a pelear por lo que mas amamos.



### Un falso Otaku,

es aquel que solo ha visto Naruto y otros animes populares.  
Un verdadero Otaku,  
es aquel que ha visto todos los animes que ha querido,  
porque ha querido, los ha amado, no le ha importado lo que los demás hallan dicho sobre ellos  
y no ha ido por ahí contando a gritos.



### como saber si eres otaku ??

- 1 Conoces el significado de las siguientes palabras: Anime, manga, Ova, Otaku, Merchandish, Shoujo, Shounen, Mecha...
  - 2 Sabes por lo menos el significado de 15 palabras en japonés.
  - 3 Te la pasas hablando de anime.
  - 4 Imitas actitudes de tu personaje favorito... AA:ij
  - 5 Tratas de imitar el peinado de tu personaje favorito, aunque nunca le salé =p
  - 6 Te la pasas cantando el opening de tu serie favorita...
  - 7 Has hecho un cosplay de tu personaje favorito AA
  - 8 Tu máximo sueño es ir a Japón. jijijij
- Si has contestado afirmativamente a por lo menos 3 preguntas...  
Felicidades!!! Eres todo un Otaku!!! A...- preguntas...

## ACCIÓN E IDENTIDAD OTAKU



Otakus posers

Son la razón de que no este orgulloso de ser otaku.



Un falso Otaku,

es aquel que solo ha visto Naruto y otros animes populares.  
Un verdadero Otaku,  
es aquel que ha visto todos los animes que ha querido,  
porque ha querido, los ha amado, no le ha importado lo que los demás habían dicho sobre ellos  
y no ha ido por ahí contándolo a gritos.



CREADO POR SNEYDER  
OTAKU

□ No luches por aquellos a los que has perdido, lucha por aquellos a los que no quieres perder □ (Claymore)



Cada Otaku

Tiene su forma de ser y una forma única de hacer las cosas, y eso es lo que nos hace especiales, ser diferentes, estar contentos de nosotros mismos, no tener que jugar a seguir al líder, no tener que perjudicar a otras personas para sentirnos mejor, y sobre todo, siempre ser buenos amigos y estar dispuestos a ayudarnos unos a los otros unos a otros, esto va por todos vosotros Otakus.



Me dicen

raro, otaku, chico anime, naruto  
y me hacen sentir feliz  
por que así se que no soy como ellos



## Poema Otaku \*\_\*

Soy otaku de ♥  
leo mangas a monton  
y el anime es mi pasion :D  
El Yaoi me gusta y el Yuri tambien  
el Hentai no lo he visto pero lo vere ^^,  
amo el Gore aunque sea sanguinario  
y no me importa que me digan raro :).  
Quiero saber Japones  
para asi openings y endings poderme aprender ;3  
Dragon Ball fue mi infancia  
y eso nadie lo cambia  
SOY OTAKU Y LO DIGO CON LA FRENTE EN ALTO!



## AMO SER OTAKU

Me puedes llamar friki, nerd, infantil, perdedor o cualquier otra cosa  
que se te ocurra, y sabes porque no me importa?  
Facil es porque se lo que soy y estoy orgulloso de serlo...!!!

## LOS 10 MANDAMIENTOS



## OTAKU

- 1.- Amaras el anime y manga por sobre todas las cosas.
- 2.- Respetaras al anime y manga como si fueran tus padres.
- 3.- No decir que eres un Otaku en Vano.
- 4.- No mentiras sobre tus gustos de anime y manga frente a los demas.
- 5.- No mataras, a excepcion de que se burlen de el anime y el manga.....  
(No los mates, mejor golpealos )XDD
- 6.- No robaréis el Manga de vuestro prójimo.
- 7.- No codiciareis articulo alguno del MangAnime de vuestro prójimo.
- 8.- No levantareis contra el MangAnime falso testimonio.
- 9.- Respetareis el sábado para ver Anime.
- 10.- Si es necesario piratear, hazlo, con tal de tener el anime que buscas









**DESCARGA**



Scan me: E-tesis



JAZMÍN  
RODRÍGUEZ



# EDUCACIÓN,

FAMILIA, GRUPOS DE AMIGOS Y MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN EN LA CONFORMACIÓN DE LA

# IDENTIDAD OTAKU

EN Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

I S 巾 巾 J  
 ナ カ △ 毛 巾  
 △ 口 巾 尺 巾  
 ワ 巾 舌 尺 S  
 △ 毛 △ △ I  
 ケ 巾 巾 尺  
 I △ S  
 巾 ソ 巾 カ ワ  
 △ △ I I 口  
 S 口 巾 巾 尺  
 巾 I 毛 舌 △  
 巾  
 巾 ソ △ 巾 △  
 △ 巾 ケ 毛 △  
 ケ 尺 I 尺 I 口  
 I I カ カ 口  
 S △ △ 口  
 S 乃 口  
 ソ カ 尺 口  
 △ 口 △  
 ケ J 口  
 I 巾  
 毛 S  
 カ I

**TOMO 1  
VOL. 2**

