

# La investigación en México sobre Cosplay, Anime y culturas de aficionados

**Memorias del simposio  
ANIMACO:  
ANIME, MANGA Y COSPLAY**

Álvaro David Hernández Hernández,  
Alejandro Gutiérrez Lizardi y  
Laura Ivonne Quiroz Castillo (Ed.)

国際日本文化研究センター  
プロジェクト推進室  
International Research Center for  
Japanese Studies, Promotion Office  
<https://nichibun.repo.nii.ac.jp>

ISBN(電子):978-4-910171-07-4



# La investigación en México sobre Cosplay, Anime y culturas de aficionados

**La investigación en México sobre Cosplay, Anime y culturas de aficionados**

© The Author(s) 2021  
ISBN( 電子 ):978-4-910171-07-4  
<https://nichibun.repo.nii.ac.jp>

国際日本文化研究センター  
プロジェクト推進室  
International Research Center for  
Japanese Studies,  
Promotion Office

## Memorias del simposio Proyecto revista ANIMACO: ANIME, MANGA Y COSPLAY

---

## Contenido

- |   |       |
|---|-------|
| 1. Introducción: El estudio de las culturas de aficionados y el valor popular de la cultura de masas<br>/Álvaro David Hernández Hernández y Alejandro Gutiérrez Lizardi | I-III |
| 2. Máscaras y ocio. La diversión de interpretar personajes dentro del <i>fandom</i><br>/Daniel Ramirez Uribe  | 1-7   |
| 3. La desmesura de hacer <i>cosplay</i> . Prácticas, imagen corporal e identidad en el juego de disfraces<br>/Gustavo Reyes Gutiérrez                                   | 9-13  |
| 4. <i>Cosplay</i> , juego y <i>performance</i> . Del alter ego a las redes de afición<br>/Laura Ivonne Quiroz Castillo  | 15-22 |
| 5. Acercamiento al simbolismo en el <i>anime Death Note</i><br>/Jorge Salvador Anaya Martínez   | 23-28 |
| 6. Entre el mundo <i>amateur</i> y el mundo comercial. Un boceto del movimiento <i>Vocaloid</i> en Japón<br>/Álvaro David Hernández Hernández                           | 29-35 |



# Introducción

## El estudio de las culturas de aficionados y el valor popular de la cultura de masas

Álvaro David Hernández Hernández y Alejandro Gutiérrez Lizardi

**Historieta, manga y cultura popular: México y Japón a través de la cultura popular contemporánea**

© The Author(s) 2021  
ISBN( 電子 ):978-4-910171-06-7  
<https://nichibun.repo.nii.ac.jp>

国際日本文化研究センター  
プロジェクト推進室  
International Research Center for  
Japanese Studies,  
Promotion Office

La presente publicación reúne cinco artículos que fueron presentados en el *Primer Coloquio sobre Anime, Manga, Cosplay y Cultura Popular Japonesa*, que fue llevado a cabo el 3 de noviembre de 2016, en el auditorio de la Biblioteca Vasconcelos. Este evento fue organizado por Anime Latam y la Biblioteca Vasconcelos, en colaboración con el Círculo de Estudios sobre Subcultura Japonesa en México (CESJM) y el International Research Center for Japanese Studies (Nichibunken).

Han pasado ya varios años desde que los artículos aquí reunidos fueron escritos. De aquél momento a la fecha han surgido nuevos estudios, y más esfuerzos se han hecho para alimentar la bibliografía existente sobre el estudio del *cosplay*, el *anime*, y las culturas de aficionados en México. Sin embargo, consideramos que esta área de estudio está aún construyéndose en nuestro país. Era necesario iniciar la llamada para que los estudios culturales relacionados a las culturas de fans tuviesen un espacio de reflexión y eso fue ANIMACO pues el estudio de culturas o de prácticas de aficionados al consumo de bienes de la cultura *popular*, en este caso japonesa, se ha caracterizado por un abandono, cuando no un rechazo, por parte de las disciplinas establecidas.

Entre las razones más conocidas por este abandono, se pueden encontrar versiones actualizadas de la antigua crítica hacia la cultura de masas del tipo que expresó el crítico Dwight Macdonald (1906-1982) cuando en 1960 popularizó los términos *masscult* y *midcult* para criticar lo que él consideró el decaimiento de la cultura en Estados Unidos, a favor de *las masas*, a las que él consideró siempre carentes de la autenticidad inherente a lo popular, y del refinamiento de lo que para él era cultura (Macdonald, 1983). La perspectiva que hereda la crítica marxista iniciada por Theodor W. Adorno (1903-1969) y Max Horkheimer (1895-1973) hacia la industria cultural (en singular) en la que no se reconoce más valor que el engaño y la alienación (ver *Dialectic of Enlightenment*), es otra vieja vertiente imperante aún en la que se cristaliza un menosprecio a *las masas*, que en su carácter precisamente de masa, aparecen como despojadas de toda capacidad creativa por un sistema monopólico en el que la cultura se ha transformado en un engranaje más de la maquinaria capitalista.

El valor innegable de estas primeras críticas (ya sea por su análisis formal, ya sea por su denuncia del capital monopólico, o incluso sea ya simplemente por su carácter histórico) a lo que se suele llamar cultura *pop* y que aquí preferimos llamar simplemente *cultura popular*, queda por desgracia en segundo plano cuando una mirada negativa *a priori* impide emprender el estudio cercano, detallado y empático de las prácticas culturales de *las masas*, es decir de los sectores populares.

Dejando de lado importantes excepciones, es famoso el caso de los *Cultural Studies* en Inglaterra, a partir de los cuales, y tan solo después de que se reivindicaron los movimientos contraculturales de la década de 1960 y 1970 como un modo de resistencia, por fin se comenzó a dar legitimidad al estudio de la televisión, las revistas, o la música *pop* y *rock*, como fenómenos culturales de valor propio a través de los cuales, las masas podían recuperar su creatividad, capacidad de acción o crítica.

Dos décadas más le tomó a los estudios de aficionados (*fan studies*), que empezaron a consolidarse a finales de la década de 1980 como un área específica, inaugurando una línea de estudios culturales principalmente desarrollados en el mundo angloparlante. Estos estudios, aunque alejándose de la reivindicación de las masas *en general*, reivindicaron la capacidad creativa de los aficionados a la literatura fantástica, a los cómics, o a las series de televisión de ciencia ficción,

y proclamaron el valor de su estudio, no para denunciarlas (por ejemplo, por enajenar a los jóvenes), sino por sus dinámicas sociales positivas, tal como es la capacidad de reconstrucción del lazo social a partir del consumo. Este es el caso de la corriente iniciada por Henry Jenkins, enfocada en el consumo cultural y la formación de comunidades. Los estudios actuales de redes sociales y plataformas de contenidos en donde la participación de los usuarios es clave, deben mucho a esta línea que ya desde 1992 hablaba de “culturas participativas” como sinónimo de “culturas de aficionados” o *fandom*.

Menos conocido es el caso de Japón. Aquí podemos observar la existencia de una temprana crítica cultural comprometida con entender el valor de la cultura de masas, como es el cómic o *manga* de posguerra. Esta crítica cultural fue particularmente activa entre las décadas de 1960 y 1970. Por comodidad, llamaremos aquí a este interés en las *masas*, como un interés en lo *popular*, puesto que en japonés es la misma palabra (*taishū*) la que puede designar ambos vocablos que el español o el inglés separa. Representantes de esta corriente son el renombrado filósofo y crítico cultural y literario Shunsuke Tsurumi (1922-2015) y el quizá no tan famoso crítico cultural Junzō Ishiko (1928-1977), quienes entre otros, y en forma paralela a lo que Umberto Eco hizo en su famoso *Apocalípticos e Integrados* (1964), vieron en el *manga* una forma de expresión y creatividad de las masas. A la vista de estos autores, en el *manga* se reinventaba el idioma y modo de ver y expresar el mundo de las masas, después de una devastadora guerra que se había extendido por quince años (desde el Incidente de Manchuria en 1931 hasta el fin de la Guerra del Pacífico en 1945). Este primer esfuerzo de entender lo popular en el *manga*, formó la base para los primeros estudios de sus aficionados, realizados en gran parte en la década de 1980, y en gran medida con desconocimiento de lo que el mundo anglosajón decía en los mismos años sobre la cultura de *fans*. Así, el etnólogo y guionista de manga Eiji Otsuka, el sociólogo Shinji Miyadai, o el productor de *anime* y profesor universitario Okada Toshio, serían pioneros en el estudio del llamado *otaku*, y sus estudios publicados mayormente a partir de la década de 1990 abrirían a la academia la hoy nutrida rama de estudios sobre las culturas de aficionados en Japón. No deja de ser digno de mención, que el valor en lo popular que vieron los primeros estudios sobre el *manga* en Japón, y del que aún abrevan los primeros estudios del *otaku*, se ha ido abandonando para dar pie a una especie de culto a la personalidad, sea la del autor, sea la del consumidor, que ha dominado la tendencia en los estudios de la primera década del siglo XXI en Japón.

En México vimos nacer y morir (o si se prefiere, entrar en larga agonía) a la cultura popular de la historieta, que aún en sus años de salud, fue analizada o criticada desde una perspectiva marxista como es el caso de Herner (1978), o de Dorfman y Mattelart (1972) en Argentina. Pese a las virtudes de estos estudios, sólo en contadas ocasiones despertaron mayor interés académico. Entre las notables excepciones que reivindicaban el interés por entender esta cultura de la historieta está la atención que por algunas expresiones de ella tuvo el crítico cultural Carlos Monsiváis (1938-2010), o publicaciones como el recuento histórico que de ella hicieron en 1988 el antropólogo y sociólogo Armando Bartra y el historiador Juan Manuel Aurrecoechea. Pero de estos estudios no nació ninguna corriente interesada en el valor de la cultura mediática, de masas, o industrial en México, y menos por sus aficionados. Solo valiosísimos cabos sueltos o estudios fuera de la academia se ocuparon del tema.

La paradoja es que en México lo popular ha sido objeto predilecto de estudio; y sin embargo, las culturas de aficionados no fueron, y muy probablemente siguen sin ser, reconocidas como parte de lo popular. Como señaló Néstor García Canclini hace ya tiempo, en México lo popular se ha reducido a lo tradicional, y se ha descontextualizado de la vida cotidiana de los sectores populares (1983).

Hoy en día una parte de la cultura popular en México, pasa por las prácticas de los aficionados, en este caso, al *anime* o al *cosplay*, o a otras tendencias de la cultura de masas. Es en este contexto de descuido en el que se tiene este importante vector de lo popular en México, que fue organizado el *Primer Coloquio sobre Anime, Manga, Cosplay y Cultura Popular Japonesa*. El interés principal, fue alentar y dar a conocer algunos de los trabajos que investigadores mexicanos están realizando en este campo. Tras algunos años de espera, por fin podemos presentar en este volumen algunos artículos derivados de las pláticas dadas en el Coloquio.

La construcción de los estudios de este tipo de cultura popular se han visto rescatados a través de los esfuerzos de varias iniciativas, algunas de las cuales fueron surgidas a través de este coloquio que permitió la visibilidad del trabajo de distintos investigadores. Así también, se ha contado con el apoyo de distintos actores sociales como: la ENAH, el Museo Nacional de

las Culturas del Mundo, quienes han abierto espacios con talleristas y especialistas y la propia Biblioteca Vasconcelos. Todo lo anterior sin dejar de lado el apoyo recibido por la Embajada del Japón en México, la Fundación Japón, el Seminario de Nuevos Líderes México-Japón y a nivel federal de la Comisión Asia-Pacífico de la Cámara de Diputados y el Fondo de Cultura Económica en México, así como instituciones educativas como: La UNAM, la UAM, el IPN, la IBERO Ciudad de México, y el Tec de Monterrey. Esperamos que esta publicación sirva de referencia y contribuya al estudio en México de las culturas de aficionados y mantengamos el debate abierto a estos temas.

## Bibliografía

- Aurrecochea, J., Bartra, A. (1988). *Puros cuentos: la historia de la historieta en México*. Vol. 1 y Vol. 2. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Publicaciones.
- Canclini, N. (1983 / 2004). “¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?”, en *Antología sobre cultura popular e indígena. Lecturas del Seminario Diálogos en la Acción Primera Etapa*. CONACULTA Dirección General de Culturas Populares e Indígenas.
- Dorfman, A., Mattelart, A. (1972). *Para leer al Pato Donald: comunicación de masa y capitalismo*. Siglo XXI Editores Argentina.
- Dwight, M. (1983). *Against the American Grain*. Da Capo Press, Inc.
- Eco, U. (1964 / 1965). *Apocalípticos e integrados*. Editorial Lumen.
- Herner, I. (1978). *Mitos y monitos: Historietas y fotonovelas en México*. Editorial Nueva Imagen.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1947 / 2020). *Dialectic of enlightenment*. Stanford University Press.
- Ishiko, J. (1970). *Gendai manga no shisō*. Taihei Shuppansha.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Miyadai, S., Ishihara, H., Otsuka, M. (1993). *Sabukaruchā shinwa kaitai. Shōjo, ongaku, manga, sei no 30-nen to komyunikēshon no genzai*. Paruko Shuppan-kyoku.
- Okada, T. (1996). *Otaku-gaku Nyumon*. Ōta Shuppan.
- Otsuka, E. (1989). *Monogatari shōhi-ron — 'Bikkuriman' no shinwa-gaku*. Shin Yōsha.
- Tsurumi, S. (1973). *Manga no sengo shisō*. Bungei Shunjū.





# Máscaras y ocio. La diversión de interpretar personajes dentro del *fandom*

**La investigación en México sobre Cosplay, Anime y culturas de aficionados**

© The Author(s) 2021  
ISBN( 電子 ):978-4-910171-07-4  
<https://nichibun.repo.nii.ac.jp>

国際日本文化研究センター  
プロジェクト推進室  
International Research Center for  
Japanese Studies,  
Promotion Office

**Daniel Ramirez Uribe**

Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social

## Resumen

Los grupos humanos construyen simbólicamente diversos espacios y tiempos sociales de ocio donde desembocan ciertas fuerzas físicas y mentales que no se representan en la vida cotidiana. En este artículo se propone repensar el concepto de "ocio" tal cual se usa habitualmente pues este no es la ausencia de actividad, por el contrario, es la continua posibilidad de la búsqueda de aquello que permite a los individuos y la colectividad imaginar el mundo de forma distinta.

Dentro del presente texto se problematizará la particularidad del uso de máscaras y la interpretación de personajes dentro de las actividades lúdicas, específicamente en sus manifestaciones dentro del *cosplay*, por lo cual en el análisis se tratarán dos elementos que darán forma al tema, a saber. La importancia antropológica de la máscara y las máscaras en el *cosplay*: entre el ocio y *fandom*.

"Los cuentos de hadas superan la realidad no porque nos digan que los dragones existen, sino porque nos dicen que pueden ser vencidos."

G. K. Chesterton

"El hombre es menos él mismo cuando habla en su propia persona.

Dadle una máscara y os dirá la verdad."

Oscar Wilde

## Introducción

El presente artículo forma parte de una serie de reflexiones teóricas sobre las temáticas del ocio, las máscaras, el *fandom* y el *Cosplay*. El trabajo se sustenta en la investigación bibliográfica y etnográfica realizada anteriormente durante el año 2013 y hasta el 2015 en la Ciudad de México como parte de la presentación de la tesis de Licenciatura que lleva por nombre: *El Costume-Play en la Ciudad de México. Análisis Antropológico de las vivencias del juego moderno de máscaras y disfraces*. Cabe destacar que dentro de la metodología del trabajo de campo se recuperó la información a través de entrevistas simples y a profundidad, cuestionarios y observación participante en espacios de convenciones de *anime* y *manga*, convenciones de cómics y ciencia ficción, dentro de

distintas plazas comerciales especializadas y en otros espacios pertinentes como *La Marcha del Orgullo Frikí*.

La importancia antropológica de la máscara

El siguiente apartado tiene como objetivo principal que el lector comprenda ciertos aspectos multidisciplinarios relativos al uso de las máscaras, para que de este modo revalorice la importancia histórica como objeto y su relevancia antropológica dentro de diversas manifestaciones culturales donde estas aparecen en el contexto sociocultural actual.

Según el sociólogo francés Roger Caillois (1962) la máscara es el objeto cultural con más presencia dentro de los grupos humanos por encima del arco o la palanca, debido a que tanto las sociedades primitivas como las altamente industrializadas usan estos objetos de transformación en distintas prácticas que pasan por lo religioso, lo artístico y lo lúdico.

El *potlatch* era un antiguo ritual que fue practicado por los pueblos indígenas que habitaron la costa del océano Pacífico en el noroeste de Norteamérica. Para la realización de dicho ritual se organizaban grandes banquetes, se intercambiaban obsequios con las tribus vecinas y también se acostumbraba la destrucción suntuaria de algunos bienes y el uso de máscaras y disfraces.

En congruencia con lo propuesto por Caillois y la evidencia arqueológica que se tiene en la actualidad, se puede decir que las máscaras han estado presentes aparentemente en todas las sociedades desde los inicios de la humanidad, la aparición de

la máscara dentro de la historia de nuestra especie se remonta a miles de años atrás, específicamente su origen arqueológico puede rastrearse hasta el periodo del paleolítico superior, es decir hace más de 30,000 años a.C. Como evidencia arqueológica las máscaras más antiguas de las que se tengan registro se encuentran en el Museo de Israel en Jerusalén, están hechas de piedra y sus diseños no son muy elaborados pues la colección consiste en una serie de caretas lisas que sólo poseen orificios en boca y ojos. Según los curadores de museo estos objetos pueden haber sido usados en distintos rituales donde servían para la representación de espíritus o antepasados de la comunidad donde fueron creadas.

Como herramienta de transformación y objeto ornamental la máscara ha hechizado e hipnotizado al ser humano desde su origen, dicho sea de paso que este objeto ha estado presente y ha acompañado al desarrollo de todas las sociedades a lo largo de la historia. No hay lugar a dudas que la particularidad en cómo se porta y vive la máscara se conecta de forma inherente al origen de la misma, pues la palabra máscara deriva del árabe *masharrah*, que significa literalmente “objeto que da risa” (Arroyo, 2004). Sin embargo dicha acepción en la actualidad resulta un tanto limitada, por tal motivo y con fines analíticos es más adecuado pensar en ella como un objeto provocador, pues bajo el ocultamiento del sujeto enmascarado y la interpretación de una personalidad distinta emergen y se muestran todo tipo de personajes que van desde animales, antepasados, seres fantásticos y dioses que envuelven al portador y atraen al espectador convenciéndolo de la presencia fantástica y engendrando alegría, furor, risa terror o miedo. Normalmente las máscaras son un vehículo que le permite a la persona encubrirse la cara para no ser reconocido y así tomar el aspecto de otro ser. Las prácticas culturales que confirman el uso de la máscara como herramienta de ocultamiento del sujeto incluyen al carnaval, el ritual, el teatro, el juego y los deportes.

La máscara como objeto sagrado es un elemento que aparece en ciertos rituales y celebraciones donde lo que se busca principalmente es la manifestación de las narrativas religiosas así como el ambiente extraordinario y carnavalesco, mismos que a través de los símbolos invierten los sentidos del mundo cotidiano, es decir, dentro de estas prácticas se transforman lúdicamente los roles sociales y sus expresiones junto con ciertos aspectos del orden del mundo, ejemplos de lo anterior son los carnavales tales como el de Río de Janeiro donde los pobres olvidan temporalmente su situación de precariedad para participar en el Sábodromo y los bailes o, como sucedía en las antiguas Saturnalias romanas donde los esclavos podían ser reyes por un día.

Cuando se habla de espacios rituales donde se manifiesta la máscara, en el caso de México se puede pensar en prácticas como *la danza de los Chinelos*, *la pelea de tigres* en Guerrero o incluso las representaciones de *la Pasión de Cristo* durante Semana Santa que no solamente ocurren en México, sino en varios países de amplia tradición católica como Brasil o España.

Dentro de los deportes y el uso de máscaras, el caso recurrente es el de la *Lucha Libre Mexicana* (*Mexican Wrestling*), la cual posee la particularidad de que algunos practicantes porten una o varias máscaras a lo largo de su trayectoria como luchadores. La máscara encubre la verdadera identidad durante las peleas e incluso en el aspecto público de la vida cotidiana de los

luchadores, lo cual tiene el fin de crear una atmósfera de misterio alrededor del portador. Para el luchador enmascarado su máscara es imprescindible, el perderla en una contienda y revelar su identidad significa perder su honor y su prestigio como luchador o en el peor de los casos, perder en su totalidad la oportunidad de continuar una carrera profesional dentro de la Lucha Libre.

En el mundo cotidiano también se usa la máscara para el anonimato. En otras circunstancias, este objeto se convierte en un recurso para ocultar la verdadera identidad en los actos delictivos, en los movimientos sociales o bien, sirve para expresarse políticamente de forma abierta sin temor a represalias (en medios como el internet y las redes sociales por ejemplo), donde una careta, un paliacate, un antifaz o una pantimedia cumplen la función de limitar y deformar la imagen total del rostro, de tal forma que la identidad del sujeto no sea reconocida. Los usos utilitarios de la máscara se desprenden de la función de disimulo que posee este objeto. Roger Caillois (1994) sostiene que ésta forma de presentación de la máscara se reproduce en el mundo moderno con una particularidad dual, pues el enmascarado ya no sólo busca imponer una presencia, más bien pretende disimularse y desvanecerse en el anonimato para proteger su identidad.

Sin embargo, las máscaras no sólo están destinadas a ocultar a quien las usa. En numerosas ocasiones estos objetos son un medio por el cual el portador se muestra y se hace ver ante los demás. Tal es el caso de las máscaras funerarias, este tipo especial de caretas cumplen la función específica de crear una imagen que asemeje el rostro en vida de su portador, lo que se busca es mostrar un retrato. Algunas investigaciones arqueológicas aseguran que la complejidad, fidelidad, materiales preciosos y belleza de las máscaras mortuorias, proyectan la jerarquía de quien las usó, el poder político, económico, militar y religioso que poseyó, esta representación preserva la imagen de su dueño más allá de la muerte y la degradación natural del rostro tras su fallecimiento (incluso en un cuerpo perfectamente embalsamado). La máscara se convierte, entonces, en un elemento de testimonio que pretende mostrar al usuario y preservar su presencia al manifestar su rostro para la eternidad y asegurar su trascendencia en el mundo sobrenatural.

La máscara, sus emblemas e insignias indican el rango y la función, es el medio por el cual su portador entra en contacto con el mundo de lo sobrenatural y encauza la comunicación hacia lo sagrado o trascendente. Testimonio de ello es la máscara que cubría el rostro de Janaab' Pakal, gobernante de palenque entre 615 y 683 d.C. La reconstrucción y estudio de esta enigmática máscara es un ejemplo del mosaico de relaciones simbólicas que tienen su origen en los mitos mayas y, al mismo tiempo, en los significados político, militar y religioso que son atribuidos al grupo social (Arroyo, 2004, p.7).

En las sociedades urbanas contemporáneas se cataloga a la máscara y el disfraz moderno como objetos accesorios mundanos y sin trascendencia; debido a que aunque dichos objetos pueden ser producidos artesanalmente en las urbes, los personajes que se representan y las motivaciones detrás de su uso guardan una distancia que establece diferencias respecto al uso de los mismos en sociedades tradicionales. Sin embargo, las máscaras tienen un uso específico en las sociedades modernas: sirven para participar activamente en festividades determinadas

como *Halloween* o el Día de muertos en México, participar, divertirse en alguna reunión o para mezclarse en ciertos carnavales.

Por otro lado, el uso de máscaras dentro de los juegos se puede significar con el ejemplo del inocente juego de máscaras de los niños interpretando objetos como aviones, automóviles, ferrocarriles o representando con sus ademanes a diversos animales o a sus personajes favoritos de sus series animadas o películas predilectas. En un nivel más especializado y desarrollado aparece el *cosplay* que se manifiesta como una actividad lúdica donde los participantes gustan de disfrazarse de sus personajes favoritos de ciencia ficción, cómic, *manga*, *anime* o videojuegos buscando representarlos según la interpretación que los jugadores tienen de los personajes.

El portar máscaras y representar personajes son actividades ampliamente socializadas y presentes en numerosas culturas, actividades que tuvieron sus respectivas particularidades de tiempo y espacio pero que en común, compartían su origen al estar estrechamente ligados con lo político y lo religioso.

El éxtasis y la metamorfosis encuentran a la máscara como vehículo, a través de ella se captan las fuerzas y la energía de los antepasados, los animales y las deidades. En consecuencia, si el que se disfraza desea transformarse totalmente debe renunciar momentáneamente a su yo, debe ceder ante el trance y abrazar con gusto la posesión implícita en la fuerza del disfraz. (Caillois, 1994:133)

## Las máscaras en el Cosplay: entre el ocio y fandom

Roland Barthes (1999) en su libro *Mitologías* reflexionó concienzudamente sobre la dinámica teatral de las peleas de *Catch*, antecedente directo de la lucha libre moderna y las artes marcia-

les mixtas. Como parte del análisis teórico de esta práctica partió del supuesto de que las peleas debían ser vistas como un espectáculo más próximo al teatro que al deporte; es decir, el *Catch* para Barthes es una puesta en escena donde mediante signos se representan las nociones mitológicas del bien y el mal, éstas se representan durante la pelea a través el uso de “máscaras”, no porque los luchadores usen caretas necesariamente, sino porque la interpretación del personaje ya es en sí el uso de una máscara.

Las máscaras y disfraces han sido elementos inseparables en la representación de personajes desde su origen; motivo por el cual cotidianamente dichos elementos de metamorfosis se mezclan entre sí, debido a que sostienen un vínculo estrecho propio de su naturaleza complementaria, ya que de cierta manera la máscara es un disfraz y también viceversa. Comúnmente se tiende a pensar que la máscara se crea con el único objetivo de cubrir el rostro del usuario y el disfraz el resto del cuerpo, sin embargo se pasa por alto las motivaciones y experiencias perseguidas al representar una personalidad distinta ante los demás. Aunque en sentido estricto puede haber máscara sin disfraz y disfraz sin máscara, en la medida en que se busque el éxito de mostrar la presencia del personaje y su historia detrás éstos se implicaran conjuntamente; de hecho, de ello se entiende la intromisión de otros elementos en las representaciones, que en el teatro por ejemplo, tiende a introducir escenografías, luces, sonidos etc. Una noción amplia de la máscara y el disfraz centrada en la representación de los personajes puede trascender los límites de los objetos físicos, ya que incluiría elementos como el uso de maquillaje y accesorios para la caracterización del rostro y el cuerpo.[Imagen 1]



Imagen 1. Ramirez, D. (2014). Sin título [fotografía]. La *cosplayer* mexicana Rosy Durán, conocida cariñosamente en el medio como doña Rosy o la abuelita *cosplay* es una importante y reconocida *cosplayer* mexicana de 60 años de edad con varios reconocimientos y diversos premios entre los que se encuentra el trofeo de la Copa Cosplay Pacífico 2014, entre muchos otros más.

Barthes asume que el espectáculo es parte importante de la vida humana, muy a pesar de la realidad innegable de que lo que se ve en escena no es verdadero, lo que hay frente al espectador es una elaborada farsa. Las peleas de *Catch* se desarrollan en un escenario con actores debidamente “enmascarados” en sus personajes, la pelea se desarrolla de forma coreografiada o muy desmesurada en cuanto a gestos y ademanes, pero esto no le importa al público hasta cierto punto. Lo trascendente en el *Catch* como en otros espectáculos es la capacidad de la puesta en escena y de los actores por interpretar su papel para atraer la

atención del público y emocionarlos.

Es evidente que todos los seres humanos necesitamos de espacios y tiempos de ocio. Es decir lugares y ratos donde podamos desembocar nuestras fuerzas físicas y mentales en actividades que no tienen necesariamente un impacto en la cotidianidad. Hablar del esfuerzo por lo “inútil” es referirse a aquellas actividades cuya realización no ofrecen ninguna ventaja directa en términos productivos. Sin embargo, las actividades improductivas no yacen en lo vacío. Estos ámbitos de la vida humana que engloban lo inútil representan a una amplia serie de universos

significativos culturalmente establecidos, donde el ser humano abierto a la posibilidad vive experiencias que habitualmente no puede (o no debe) alcanzar en la vida corriente (Elias & Dunning, 1992). Dicho lo anterior es posible ampliar y repensar el concepto limitado de “ocio” tal cual se usa habitualmente, pues el ocio no es pasividad, no representa la ausencia de actividad; por el contrario, es de cierta forma una serie de esfuerzos por alcanzar aquello que permite imaginar las cosas de forma distinta, estimula la creatividad y amplía la capacidad de sentirse pleno y libre.

No es casualidad que la palabra *divertir* refiera en su etimología a “la separación de algo”, ya que para vivir este tipo de experiencias es necesario alejarse de lo cotidiano y así lograr el “verterse” en algo distinto o dicho de otra forma: *di-verterse*; este aspecto es fundamental para la creación de otros universos no cotidianos, *cuasi-realidades* o “subuniversos” tal cual los entiende Alfred Shutz (2003); pues estos universos improvisados permiten a los seres humanos desenvolver la creatividad e imaginación, elementos fundamentales para lograr representar la ficción en grupo.

En el contexto de la globalización e industrialización contemporáneas, uno de los fenómenos donde aparecen las máscaras y la interpretación de personajes fantásticos es el *cosplay*, mismo que forma parte del fenómeno social conocido como *fandom*. *Fanatic kingdom* o *fandom*, neologismo que se puede traducir al español como “reino del fan”, se define como la práctica social que comprende el universo de relaciones intersubjetivas de los *fans* (Yano, 1997) donde expresan su afición de distintas formas. El término *fandom* se usa cotidianamente para designar a todo aquello que involucra la afición al mundo de los cómics, el *manga*, el *anime*, la ciencia ficción, los videojuegos, etc.; elementos que si bien son parte del mercado del entretenimiento, no deberían ser sólo vistos como mercancía, pues de ellos emergen narrativas de ficción que introducen a quienes los consumen a vivir, experimentar y conectarse con los personajes, las historias y con otros *fans*.

Dentro del *fandom* los *fans* no limitan su acción al conocimiento de las historias, siempre van más allá; es habitual que muchas veces intenten potenciar los límites de la ficción dejándose cautivar de distintas formas, dentro de las que se encuentran el darle vida a los personajes a través del enmascaramiento; es decir, prestar el cuerpo para la representación de la ficción. Dar vida a un personaje es interpretar o jugar a ser otro, esto requiere que socialmente el intérprete utilice además de la máscara, otros objetos más, ya que se debe cubrir el cuerpo y adoptar otra personalidad. Por lo que se puede decir que al recurrir al disfraz el *fan* presta de él como una herramienta donde se encubre y se convierte temporalmente en el personaje seleccionado, para así hacerle creer a los demás que él es otro, que es la aparición o la presencia fantástica.

Para actuar convincentemente un personaje, además de colocarse un rostro encima de otro, se debe apelar a la caracterización. Este es un proceso que va desde el maquillaje de la cara y el cuerpo, el uso de distintos accesorios, trajes, disfraces pero que también incluye el aprender los ademanes y aspectos estereotipados que identifican al personaje a representar; por lo que es esencial tener un amplio estudio de las características particulares del personaje, aquellas que lo hacen único y así,

darle vida ante el público.

Para precisar los párrafos anteriores es importante remarcar que ser un fan por sí mismo no es un argumento con suficiente contundencia para que alguien dentro del universo del *fandom* decida usar un disfraz o una máscara; debido a que la decisión de participar en la práctica del *cosplay* se encuentra en función de cada persona, de su experiencia individual, de que tanto le emociona enmascarse o de si encuentra dentro de su historia personal algunas motivaciones que le animen ser el intérprete del personaje.

La elección del personaje en el *cosplay* no es tarea sencilla, ya que sin importar si la representación será individual o en colectivo, ésta involucra el reconocimiento de ciertos aspectos que se definen a partir de la asimilación de la personalidad, el cuerpo y las habilidades artísticas. Todo lo anterior se relaciona en correspondencia a la identificación con el personaje, en primera instancia porque la mayoría de los *cosplayers* establecen conexiones con aquellas figuras a quienes aspiran representar. De hecho, para algunos de ellos el vínculo emocional con el personaje suele ser tan significativo que bien vale la pena darle vida a través de sus cuerpos.

En particular, los parámetros de elección fluyen principalmente en cuatro sentidos, aunque los dos primeros son los más recurrentes, en conjunto, pueden intersectarse de manera sintética o antitética, a saber: la identificación vivencial con el personaje, la admiración por la personalidad de la figura ficticia, el parecido físico y, por último, el gusto por la estética del traje (Ramírez, 2015).

**La identificación vivencial:** Para comprender el proceso de identificación del *cosplayer* con el personaje, es necesario concebir que el cúmulo de narrativas y figuras implicadas dentro de las creaciones fantásticas por muy ajenas que parezcan, siempre conservan un bosquejo de cotidianidad que permite su asimilación a partir de circunstancias vivenciales.

Los *cosplayers* se involucran con la historia de los personajes a través de la identificación de ciertas características que relacionan directamente con su personalidad. Al dar seguimiento a un *manga*, *anime*, videojuego, cómic, película, etc., en ocasiones les es suficiente el reconocerse a partir del carácter, el humor, los ademanes, los distintos roles sociales o algunos escenarios circunstanciales que les permitan conectar directamente su historia de vida con la historia del personaje.

El establecimiento de los vínculos subjetivos con la figura está sin duda, antecedido por el ingreso a un estado auto-reflexivo mediante el cual los ejecutantes analizan su personalidad social y la definen de tal forma que logran su reconocimiento en ciertos personajes. Al sustentar un relato sobre las experiencias que los constituyen, pueden extraer una serie compleja de vivencias que se tornan más significativas al encontrar intersecciones con el personaje.

Y es que el hallarse dentro de una figura ficticia es conocerse de nuevo, es identificarse a sí mismo ante las contingencias de la propia existencia (incluso las culturales), es de cierta forma re-conocerse.

La superación de las contingencias también incluye a aquellas establecidas por la fantasía. Esto sirve de explicación al respecto del por qué los individuos logran identificarse y pueden representar cualquier tipo de personajes, incluso aquellos que

asemejan animales, creaturas fantásticas u otros cuya imagen y constitución esté escasamente antropomorfizada. Se apela a la personalidad e historia del personaje, muy por encima de su forma o posibilidad de existencia, lo que importa es la eventualidad de encontrarse dentro del relato. Porque las narrativas fantásticas son un reflejo estereotipado del mundo, una dramatización que reclama su entendimiento a través de circunstancias que invocan aspectos de lo humano como las emociones, los sentimientos, las pasiones y los recuerdos.

Dentro de esta característica también se incluyen aquellos *cosplayers* que eligen en función a otros intérpretes, dicho de otro modo, aquellos que optan por representar personajes que mantienen cierta relación o rol con el elegido por sus semejantes. Esta cuestión se hace presente sobre todo entre los jugadores que mantienen vínculos de amistad, familiar o de pareja amorosa, donde uno inspira la elección del otro, por lo que la historia del primer personaje seleccionado se toma como referencia, y hace que este se manifieste junto con las demás figuras implicadas en la historia de la ficción, toman fuerza y se extienden. Esto cumple una doble función para la investigación; por un lado, es evidencia de la hipótesis en la que sostengo que los intérpretes dentro del *cosplay* dramatizan y estereotipan su vida cotidiana en torno a vivencias significativas y, por otro lado, el carácter social de la fantasía.

Por su parte, la serie de confluencias que permiten la identificación del personaje llevan a la delimitación del mismo. Una vez que se han reconocido las similitudes subjetivas entre la persona y el personaje elegido, el *cosplayer* se da a la tarea de delimitar el personaje, con el fin de hacerlo reconocible e identificable para los demás. El ejecutante inspecciona los elementos básicos que caracterizan a la figura fantástica que pretende representar, de tal forma que al recrearla evoque su contenido y su historia.

**La admiración por la personalidad de la figura ficticia:** Esta característica surge principalmente de la intención por representar a un personaje por la admiración de uno o varios aspectos de su personalidad, los cuales resultan ampliamente significativos para el intérprete. Primordialmente se presenta

como una forma de proyección de lo que se quiere ser. Este tipo de motivación se encuentra estrechamente vinculada a las características de elección del apartado anterior, aunque los relatos involucrados en ambas fluyen en un sentido distinto; ya que en la *identificación vivencial* se habla a menudo desde la identificación del yo-soy o yo-fui, mientras que en la *admiración por la personalidad de la figura ficticia* se toma a las vivencias como sustento de la construcción de un relato en tiempo expectante, con connotaciones del yo-quisiera-ser.

Cabe mencionar que la conexión con el personaje a partir de este aspecto responde ampliamente a la subjetividad y a la historia de vida del intérprete, por lo que la proyección mantiene una estrecha relación con la construcción de la persona. Se entiende que los personajes representados dentro del *cosplay* son complejos, sin embargo, estos aún se presentan como figuras ampliamente estereotipadas.

La admiración por los personajes no sólo apunta a lo que se relaciona con los ámbitos socialmente positivos, ya que los estereotipos y características que convergen a la hora de seleccionar una personalidad ficticia van desde el personaje heroico, torpe, cómico e inofensivo hasta aquellos que asemejan villanos, delincuentes, antisociales, dementes y asesinos. La diversidad de personajes permite múltiples posibilidades de identificación donde la admiración del intérprete por estos apunta a la proyección del yo-quisiera-ser; situación que no siempre implica la concreción de un deseo real orientado a la vida cotidiana, sino que más bien fluye en el sentido de un desfogue de tensión y liberación del estrés de la personalidad social, así como la reinterpretación de algunas vivencias de su historia. La dramatización de la vida del intérprete permite la emergencia de la catarsis que en ocasiones se expresa a través la posibilidad de invertir sus roles sociales, al igual que ocurre en los carnavales. Por ello, las licencias implícitas en el uso de la máscara y el disfraz permite que los *cosplayers* puedan decir y hacer cosas que pocas veces se atreverían a mostrar en su vida cotidiana, aspectos de su personalidad que encuentran su vía de escape a través de la metáfora en otro rostro, en un ser distinto. [Imagen 2].



Imagen 2. Ramirez, D. (2014). Sin título [fotografía]. El *crossplay* es un estilo de *cosplay* con la particularidad de que se representan personajes que no concuerdan con el género de los intérpretes. El hecho de que los *cosplayers* representen personajes de un género distinto no denota su orientación sexual, el *crossplay* es un juego que tras su culminación restablecerá al individuo a su vida cotidiana. La caracterización e interpretación en este estilo de *cosplay* se complejiza y se torna un asunto realmente serio, pues se busca transformar el cuerpo temporalmente por medio de la máscara y el disfraz con el fin de asemejar en lo posible al personaje y su género.



**La semejanza física con el personaje:** Para algunos *Cosplayers* el principal criterio de elección responde a la similitud de la forma de su propio cuerpo con la del personaje, circunstancias que incluyen la complexión, estatura, facciones, etc. Aquellos que privilegian este aspecto sobre la *identificación vivencial* o la *admiración por el personaje* aseguran que para hacer un *cosplay*, en toda la extensión de la palabra, se debe seleccionar a un personaje con el que se tengan similitudes físicas.

Aunque dentro del mundo del *fandom* existen personajes de todas las complexiones posibles, la mayoría de los personajes principales del género masculino poseen cuerpos atléticos, musculosos o bien son muy delegados, algunos de ellos son bastante altos, mientras que los personajes femeninos suelen ser delgados, de rasgos finos, grandes ojos y algunos muy voluptuosos. Esto supone un problema, incluso para aquellos intérpretes que comparten el mismo fenotipo representado por el personaje. Y es que la variabilidad de la forma de los cuerpos pocas veces coincide con la imagen idealizada por la ficción.

En ocasiones algunos *cosplayers* llegan a esforzarse tanto por representar fielmente la fisionomía de un personaje que modifican su aspecto físico en el proceso previo a su presentación, por lo que moldean sus cuerpos a través del ejercicio y el cuidado de su alimentación. Este criterio se manifiesta sobre todo en los niveles más especializados y profesionales del *cosplay*, porque dentro de los niveles amateur se privilegia comúnmente la aparición de los demás criterios de elección. Sin embargo, cabe resaltar que el parecido físico aun en los ambientes profesionales actúa sólo como referencia y marco discrecional relativo, ya que recurrentemente se ve secundado por la *identificación vivencial* o la *admiración por la figura ficticia*. De hecho, en muchas ocasiones los *cosplayers* prefieren representar a una figura con quien se identifiquen o a quien realmente admiren, muy a pesar de las semejanzas físicas que encuentre él u otros respecto de cierto personaje.

Y es que las motivaciones que impulsan a los individuos a enmascararse y disfrazarse se sustentan en el goce implícito de la interpretación, por tal motivo estas superan por mucho las diversas diferencias respecto de realidad cotidiana, los roles sociales, el cuerpo, el género entre otros. Pues como se mencionó en los dos apartados anteriores, la mayoría de los *cosplayers* gustan de reconocerse dentro de las narrativas desde aspectos vivenciales y altamente emotivos, así como de establecer una serie de vínculos de identificación con estas dramatizaciones del mundo.

**El gusto por la estética del traje:** Se refiere a la elección que realizan aquellos intérpretes cuando optan por cierto personaje debido a la atracción que sienten por la imagen del mismo, a nivel principiante se suele elegir aquellos cuyos disfraces sean sencillos y fáciles de confeccionar, sin embargo en los niveles medios y expertos se suele estimar la elección de personajes cuyo traje posea elementos que denotan complejidad, gustan de elegir aquellos que ostentan armonía en conjunto, con muchos detalles y balance del uso de colores, por lo que la motivación fundamental detrás de este aspecto es el reto ante la dificultad de confeccionarlo, así como también, por el simbolismo que se le atañe al mismo.

Aunque el acervo de personajes dentro del *fandom* pareciera abrumador y muy diverso, este se construye a partir de algunos

parámetros visuales y simbólicos que permiten resaltar la personalidad del personaje, incluso mucho antes de estar al tanto su historia. El diseño de los personajes pretende representar visualmente la personalidad del mismo, se tiene como referencia desde la forma del cuerpo, los rasgos del rostro, el tamaño de los ojos, el peinado, los colores y por supuesto la vestimenta. Por ello se entiende el por qué en ciertas ocasiones algunos *cosplayers* eligen intuitivamente a ciertos personajes basados en su mera imagen.

Dentro del *cosplay* algunos intérpretes y el público cultivan un gusto muy particular por la estética de los disfraces, especialmente porque al colocarse como espectadores admiran el trabajo artístico implícito detrás del *costume*. En el entendido de que la mayoría de éstos se producen artesanalmente, se privilegia su complejidad y belleza, así como también la pericia y destreza del artista respecto del manejo de materiales que una vez transformados dan forma a los diversos "*outfits*", trajes o vestimentas inspirados en distintos personajes. Por lo que dentro de este aspecto selectivo se involucran diversas motivaciones entre las que se encuentran principalmente la satisfacción ante la superación de dificultades gratuitas, así como el desarrollo de diversas capacidades creativas y manuales.

## Consideraciones finales

A pesar de que en sus orígenes tanto la máscara como el disfraz estuvieron vinculados a las prácticas mágicas y religiosas de las sociedades, hoy en día estos objetos se encuentran dentro de los ámbitos más secularizados e influenciados por la dinámica capitalista e industrial; ya que el tránsito de dichos objetos de lo sagrado a lo mundano es sin lugar a dudas parte del desarrollo de los procesos de civilizatorios en los que se han visto implicados la mayor parte de los grupos humanos.

En la actualidad aquellos que se disfrazan ya no encuentran su inspiración directa en la mitología. Su intención no es la de ser receptáculos y vehículos de las diversas deidades del panteón mitológico de su cultura, su principal inspiración fluye ahora hacia aquellos sentidos que apelan a la fantasía, a personajes diseñados por seres humanos a diferencia de la antigüedad en la que se trataba de espíritus y entes que procedían de la naturaleza. Hoy día, la máscara y el disfraz se aparecen como espectáculo donde se representan héroes, villanos y toda clase de figuras fantásticas que provienen de narrativas cuyo principal fin es el entretenimiento, la "posesión" se ha invertido, el espíritu o la divinidad ya no habla a través del enmascarado, es el enmascarado quien habla. Cuando el ser humano se disfraza el personaje es él y él es el personaje, el vínculo entre la posesión y el trance se desplaza de un lado a otro, pues esto pone en marcha sus capacidades imaginativas y actorales con el fin de que su interpretación de la fantasía tenga éxito y se contagie a otros para vivir experiencias que le permiten superar el tedio de la vida cotidiana, le capacitan para imaginar el mundo de forma distinta y expresar aspectos de su personalidad que quizás no tendrían cabida más que en estos universos fantásticos, no solo por congruencia, sino por falta de espacio.

## Bibliografía

- Arroyo, S. (2004). Presentación. *Arqueología mexicana* 16, (Edición especial).
- Barthes, R. (1999). *Mitologías*. Ciudad de México: siglo xxi editores (12vaed.).
- Caillouis, R. (1962). *Medusa y Cia*. Barcelona: Seix Barral S.A.
- \_\_\_\_\_. (1994). *Los juegos y los hombres*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Elias, N., Dunning, E. (1992). *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Ramirez, D. (2015). *El Costume-Play en la Ciudad de México. Análisis Antropológico de las vivencias del juego moderno de máscaras y disfraces*. (Tesis de Licenciatura), Escuela Nacional de Antropología e Historia, Ciudad de México.
- Shutz, A. (2003). *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Yano, C. (1997). Charisma's realm: Fandom in Japan. *International journal of cultural and social anthropology*, 36 (4).





# La desmesura de hacer cosplay. Prácticas, imagen corporal e identidad en el juego de disfraces

La investigación en México sobre  
Cosplay, Anime y culturas de  
aficionados

© The Author(s) 2021  
ISBN( 電子 ):978-4-910171-07-4  
<https://nichibun.repo.nii.ac.jp>

国際日本文化研究センター  
プロジェクト推進室  
International Research Center for  
Japanese Studies,  
Promotion Office

**Gustavo Reyes Gutiérrez**

Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

## Resumen

En este artículo se presentan algunas reflexiones sobre la práctica del *cosplay* a partir de la tesis titulada *La desmesura de hacer cosplay. Imagen corporal, identidad y teatralidad en el juego de disfraces*. Dicho trabajo de investigación se realizó entre 2012 y 2014 dentro del Posgrado de Antropología Física de la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Además, parte de esta investigación se presentó en el primer coloquio Animaco el 3 de noviembre de 2016 en el auditorio de la Biblioteca Vasconcelos de la ciudad de México. En la citada ponencia se abordaron de manera específica las prácticas del cuerpo y la imagen corporal de jóvenes cosplayers en la capital de nuestro país. En este texto me concentraré en escribir sobre la práctica del *cosplay* desde el enfoque de la desmesura comportamental propuesta por Lizárraga (1999, 2000, 2010), e igualmente pondré énfasis en los procesos de identificación y en la dimensión corporal de esta práctica lúdico-teatral a partir de las prácticas y representaciones corporales de algunos jóvenes cosplayers en México.

## Introducción. La desmesura comportamental y el *cosplay* como comportamiento desmesurado

En este apartado retomo brevemente la noción de *desmesura* propuesta por el antropólogo Xabier Lizárraga Cruchaga experto en comportamiento humano, quien entiende a esta categoría como un rasgo comportamental de *Homo sapiens*. Asimismo, intento deslizar sus ideas de una manera breve a la práctica del juego de disfraces *cosplay*.

Lizárraga (2010) dice que como todo animal el primate humano tiene una sabiduría mediada por su tendencia comportamental hacia el hedonismo y la búsqueda del bienestar, la sabiduría humana desborda la razón en la medida en que responde a su tendencia comportamental hacia la *desmesura*, a la búsqueda incluso de lo inalcanzable. La sabiduría del primate humano lo lleva a construir realidades nuevas y a semantizar cada detalle de su vida grupal e individual. La capacidad de simbolizar, metaforizar y generar imágenes mentales que devienen en sentimientos y pasiones desmesuradas llevan al individuo a significarse y resignificarse, apunta el autor.

*Homo sapiens* como animal inquisitivo crea sus propios ambientes y extensiones de sí mismo. El primate humano tiene respuestas que van más allá de los instintos, los cuales están en-

riquecidos por el aprendizaje y por la influencia de los diversos contextos culturales. Lizárraga (2010) propone que todo nuestro comportamiento está semantizado por ideologías, creencias, simbolizaciones y cualidades culturales, así como por las sensaciones y emociones que cada uno experimenta. En otras palabras, nuestros comportamientos deben pensarse dentro de contextos que influyen en la manera que percibimos la realidad. El autor dice que la sabiduría del animal humano no solo es producto de nuestra evolución filogenética y de nuestro desarrollo ontogenético, sino que también es resultado de su devenir comportamental e histórico, donde se configuran los *ahoras*, los *mañanas*, los espacios y los tiempos donde se desenvuelven los individuos. De la misma manera, el autor dice que el animal humano es un sabio loco, un animal paradójico que pretende controlar su entorno saturándolo de novedades. Entonces sabiduría, demencia, razón y locura son componentes del ser, del sentir del animal humano, producto evolutivo de su animalidad, así, *homo sapiens* es frío, sereno y calculador pero también delirante, demente y sumamente desmesurado en sus haceres y sentirentes.

Además, Lizárraga (2000) dice que la tendencia a la *desmesura* nos puede permitir una mirada antropológica y plural sobre el comportamiento humano, porque con frecuencia los organismos satisfacen (comportamentalmente) apetencias a través del juego, de la exploración, de correr, de saltar, de tocar, de oler, etcétera. Dichas apetencias vivenciales son vitales para que el individuo

sea capaz de percibirse, sentirse y reconocerse, y al momento de llevarlas a cabo devienen en un disfrute experiencial. Esta tendencia hacia el hedonismo y el bienestar deviene en fuerza de atracción que nos permite explorar diversos fenómenos comportamentales. También, Lizárraga (1999) dice que *homo sapiens* es un primate humano caracterizado por la *desmesura*, una especie liberada de los imperativos biológicos (los instintos) que le permiten aprendizajes, extensiones y adecuaciones temporales y espaciales.

Desde esta óptica, considero entonces que hacer *cosplay* es una forma de comportamiento *desmesurado*; porque a partir de una conducta lúdica e inquisitiva, quienes participan en esta actividad lúdico-teatral crean ambientes propios para la diversión, el entretenimiento y la expresión de emociones, sentimientos e identidades. En las diversas convenciones donde se practica este juego de disfraces contemporáneo, los comportamientos de los participantes están semantizados por las propias prácticas corporales que ponen en juego para sus representaciones, por la afectividad y camaradería que emerge de la comunión entre *cosplayers*, por las sensaciones, las percepciones y las representaciones del cuerpo que emergen en este juego de disfraces. En su expresividad comportamental, el *cosplayer* es capaz de ir construyendo sus *aquí* y sus *ahora*, mientras poner a circular sus sueños, sus quimeras, sus fantasías, a partir de desbordarse desmesuradamente en este juego ficcional de disfraces multicolor, juego novedoso que le permite sentirse, percibirse y participar para desbordarse a sí mismo. A través de su comportamiento lúdico *desmesurado*, el *cosplayer*, satisface apetencias que le producen un bienestar experiencial.

Enseguida hablaré sobre el hacer, el percibir y el sentir de los *cosplayers*, a partir de la reflexión sobre sus prácticas y sobre sus percepciones y representaciones corporales, en conjunto, todo ello también forma parte de su desmesura comportamental.

## Las prácticas corporales. El hacer de los *cosplayers*

Muñiz (2010) afirma que las prácticas corporales son sistemas dinámicos y complejos de agentes que ejecutan acciones para representar su mundo y sus creencias, estas acciones las llevan a cabo junto con otros agentes. Las prácticas corporales no “*están en*”, sino que forman parte del medio; así, el proceso de cambio de las prácticas no es independiente de la transformación del contexto en el que se desarrollan. Las prácticas corporales son complejas y contienen múltiples significados. La autora propone que es necesario rescatarlas con una visión histórica y en el contexto que se llevan a cabo, el ejercicio de las prácticas corporales debe ser analizado desde las concepciones que se tengan del cuerpo en cada contexto.

Por su parte, Macías (2014) señala que las técnicas y las prácticas corporales se complementan, en el sentido de que los usos sociales o técnicas del cuerpo aprendidas culturalmente, sirven para la configuración del sujeto, quien mediante sus actos o prácticas corporales construye métodos o técnicas que les sirven a la hora de socializar. Los hábitos no solo son acciones o prácticas puestas en marcha por los individuos, sino que en ellas se expresa las pautas sociales como la educación, las normas cívicas, las prácticas en torno a la moda y a la publicidad, la actividad

deportiva, etcétera. Las prácticas del cuerpo de alguna medida definen la construcción del sujeto social y le permiten configurar su identidad. A partir de las prácticas y las técnicas corporales que los individuos ponen en marcha se asimilan y se reproducen las normas sociales.

En el ámbito concreto de la belleza femenina, Muñiz (2011) afirma que las prácticas corporales (cirugías, maquillaje cosmético, depilación, tratamientos del cabello, etcétera) son usos del cuerpo que comprenden las imágenes, las representaciones, las experiencias, las sensaciones, que influyen en los procesos de configuración de las subjetividades individuales y de las identidades colectivas que las ponen en práctica. El tema de la belleza engloba a los conceptos, las representaciones, los discursos y las prácticas, que en el caso de las mujeres, se expresan en diversidad de conductas identificatorias impuestas por la norma social de lo que significa ser bella. En nuestras sociedades occidentales la belleza es sinónimo de feminidad, es una obligación para las mujeres ser bellas. La belleza concebida como atributo de feminidad, es un patrón hegemónico y regulador que impone a las mujeres la obligación de ajustarse a estos modelos de belleza promovidos principalmente por los medios de comunicación masiva y que son aceptados y reproducidos colectivamente. Por lo tanto, la autora afirma que las prácticas en torno a la belleza (como la cirugía estética) forman parte de un proceso materializador de los cuerpos femeninos, que están regulados por normas que determinan cuales son los cuerpos “*viables*” dentro de la sociedad.

Hablando de los usos del cuerpo en el contexto de la práctica del *cosplay*, algunos *cosplayers* practican deportes y actividad física para estar en forma y parecerse lo más posible al personaje a representar, entrenan para moldear el cuerpo y conservar su figura; otros hacen dietas y comparten consejos de belleza para cuidar la piel; aquí es evidente la preocupación por trabajar el cuerpo, hacerlo más atractivo y más parecido al personaje elegido. De la misma manera estudiar la psicología y los comportamientos de los personajes ficticios a representar considero que son otra forma más de práctica corporal. Igualmente, la confección de su vestuario debe ser de la mayor calidad posible y lo más cercano al original. Hay una estética en los personajes ficticios del universo *cosplay*, que los participantes buscan igualar a partir de realizar prácticas corporales parecidos al ámbito de la belleza.

En el *hacer cosplay* se expresa claramente el deseo de trabajar el cuerpo y modelarlo con el ejercicio o las dietas o simplemente distinguirlo con maquillajes y disfraces. Pienso en Nadya Anton, conocida en el mundo del *cosplay* mexicano como *Nadyasonika*, ella es una *cosplayer* y modelo profesional mexicana, que ha hecho apariciones en diferentes eventos tanto en México como en Estados Unidos. Ella utiliza materiales de la más alta calidad en el desarrollo de sus disfraces, los cuales son confeccionados por diseñadores profesionales o elaborados por ella misma. Igualmente, me viene a la mente el caso extremo de Anastasiya Shpagina, una chica ucraniana que se denomina a sí misma como *Fukkacumi*, y que ha pensado en realizarse modificaciones en su rostro a través de cirugías para alcanzar un parecido total con una hada. Es evidente en ambos casos que el uso de recursos estéticos como disfraces profesionales y transformaciones del cuerpo llevan al máximo la práctica del *cosplay*; ya sea viviendo como modelo *cosplay* profesional o llevando al cuerpo al límite

para parecerse lo más posible a un personaje de ficción.

A partir de las distintas experiencias que vamos viviendo se va configurando la imagen de nuestro cuerpo. La práctica del juego de disfraces *cosplay* es una experiencia de carácter lúdico que influye directamente en la percepción de la corporalidad de los participantes como veremos enseguida.

## La imagen corporal. El percibir y el sentir de los *cosplayers*

Me gustaría empezar este apartado mencionando que la imagen corporal es una construcción que hacemos en nuestra mente sobre nuestro cuerpo; es decir, es la manera en que percibimos nuestra corporalidad en su totalidad, incluyendo los movimientos, los comportamientos, sus límites, los pensamientos, los sentimientos, las sensaciones y las valoraciones que hacemos de él, a partir de nuestras experiencias subjetivas. La imagen mental en que nos representamos el cuerpo, es una estructura dinámica, compleja que va cambiando a lo largo de nuestras vidas y que se ve influida por los diferentes momentos o experiencias que vamos cursando en nuestro devenir ontogenético, como los procesos de salud-enfermedad, la practicas lúdicas o las expresiones sexo-eróticas, por citar algunos ejemplos. La imagen corporal es una introyección originada por la dimensión psico-afectiva del sujeto y por su entorno cultural, por las biografías personales y su devenir experiencial. Para entrever la imagen corporal de los sujetos sociales, conviene interpretarlas en las circunstancias del presente.

Entonces, la imagen corporal es la forma en que nos percibimos e imaginamos. Además de lo que sentimos y hacemos con nuestro cuerpo, digamos que cognitivamente vamos modelando nuestra percepción corporal en las diferentes etapas de nuestra biografía, es decir, vamos interiorizando las vivencias de nuestra corporeidad: embarazos, crecimiento y desarrollo, enfermedades, actividad física, la sexualidad, el trabajo y nuestros momentos de recreo, como la práctica del *cosplay*, por ejemplo. El cuerpo lo vivimos como fuente de nuestra identidad individual y colectiva, en ese sentido la autoconciencia de nuestro cuerpo y la percepción de nuestra imagen física, se da en un marco de intercambio social. La imagen corporal vendría a ser como una placa fotográfica que está en nuestra mente, que nos revela la percepción que tenemos de nuestra apariencia, y los sentimientos que tenemos hacia ella, en esta percepción de nuestra corporeidad se reflejan los valores, las prácticas y las creencias grupales. La imagen física que construimos de nosotros, influye en la forma de relacionarnos con los demás.

En ese sentido, Aguado (2004) plantea desde un punto de vista antropológico, que nuestros cuerpos son cuerpos significados, son entidades dinámicas y complejas donde se expresan simultáneamente los procesos biológicos y los procesos simbólicos de la cultura. En relación a la imagen del cuerpo, el autor apunta que ésta se configura dándole estructura al sujeto, la imagen del cuerpo es una evidencia sobre sí mismo. Sugiere que el estudio de la imagen corporal permitiría al investigador conocer los rasgos de los grupos culturales, sus creencias, sus prácticas, sus representaciones y sus ideologías. El autor afirma que la imagen corporal la construimos para dar cuenta de nosotros y de nuestras cosmovisiones, y es capaz de producir y reproducir significa-

dos en la interacción con otros cuerpos en contextos tempo-espaciales particulares. Entonces, la imagen corporal se instaure a partir de procesos rituales que tiene un sentido cultural y que se anclan en el cuerpo desde la experiencia corporal; por lo que entran en juego los procesos psicoafectivos de los individuos y sus percepciones, es decir toda su corporalidad. Para Aguado, la imagen corporal es un proceso, es decir un conjunto de acciones, movimientos e intercambio entre el sujeto y su entorno cultural, que configuran la estructura simbólica de sí mismo, en la imagen del cuerpo reposa la historia y la memoria; en ese sentido, deviene en la base del cuerpo social (cuerpo ritual), es una estructura simbólica y dinámica que continuamente se negocia con la realidad.

Esta propuesta afirma que la imagen del cuerpo se moldea y modifica a partir de los diversos hechos vivenciales. Es posible entonces, considerar que las experiencias lúdicas del *cosplay* influyen en la conformación de la representación del cuerpo de los *cosplayers*, y en la proyección e introyección de sus emociones y sensaciones, las cuales emergen a partir de su interioridad y desde su condición de sujetos disfrazados se incorporan los contenidos y códigos del hacer *cosplay*. Pienso que en la interacción social al interior del juego de disfraces *cosplay*, entran en juego las emociones, los afectos, las percepciones y las representaciones del cuerpo de los *cosplayers*, que se disfrazan, y en donde el cuerpo es el centro de donde emerge y confluyen este arsenal psicoafectivo. Los *cosplayers* cuando juegan a ser otros alteran voluntariamente su imagen corporal, digamos que lo hacen lúdicamente. Ellos se permiten esa posibilidad, aunque su cuerpo está ahí sin cambios reales, sí hay una percepción intensificada del mismo, a partir de jugar a ser otros más estilizados, más ágiles, más habilidosos, más sexys, más poderosos; es decir, por medio de su voluntad de participación en este juego de disfraces, los *cosplayers*, buscan y se provocan emociones, sensaciones, sentimientos que a su vez, influyen en una pluralidad de percepciones.

## Los procesos de identificación de los *cosplayers*

La identidad es en principio una unidad de *distinguibilidad* cuya finalidad es afirmar nuestra diferencia respecto de la alteridad (Giménez 2012). Sin embargo, esta distinción requiere ser reconocida (*reconocibilidad*) por los demás, en contextos de interacción y comunicación, lo que requiere una intersubjetividad lingüística. Entonces, en la identidad el individuo se ve a sí mismo y es reconocido como *perteneciendo* a una serie de colectivos, *como siendo* una serie de atributos y *como cargando* un pasado biográfico irrenunciable. Para el autor, la identidad de los actores sociales se definen por la pluralidad de sus pertenencias sociales (nacionalidad, comunidad, familia, trabajo, profesión, círculo de amistades, pertenencia a asociaciones de diversa índole, prácticas rituales, estrato social, edad, género, preferencias sexo-eróticas, prácticas recreativas, etcétera); esta pluralidad de pertenencias sociales lejos de eclipsar la identidad, la constituyen y la definen, cuanto más amplios son los círculos sociales a los que se pertenece, más se refuerza la identidad personal. La pertenencia social implica la participación de la personalidad individual en una colectividad hacia la que se experimenta un sentimiento de

lealtad, inclusión y aceptación.

La pertenencia a un colectivo también implica la apropiación e interiorización del complejo simbólico cultural de ese colectivo. Dicho complejo tiene la función de ser un emblema grupal donde se desempeñan roles particulares y se comparten las representaciones sociales que lo caracterizan. La identidad colectiva es entonces un campo donde se expresa la identidad individual dentro de un conjunto de relaciones de pertenencia al interior de los colectivos donde se dan representaciones sociales que los distinguen.

Las convenciones como contexto de interacción de la escena *cosplay* permiten que los actores participantes se reconozcan como miembros de un colectivo, donde se comparten los mismos gustos, intereses y motivaciones que los llevan a participar en este tipo de prácticas lúdico-teatrales. Los *cosplayers* conocen los tiempos y los lugares de participación, igualmente, interiorizan ese complejo simbólico que significa el universo fantástico del cómic, el *manga* y el *anime*; así como los canales, las redes y circuitos donde se expresa el *cosplay*, (las puestas en escena, las pasarelas, los concursos, las sesiones fotográficas, etcétera). En otras palabras, estos actores sociales (que fuera de la escena *cosplay* pertenecen a otro tipo de colectividades) se distinguen y se reconocen en estos espacios lúdicos, configurando así una identidad que funciona como su emblema grupal mientras duran sus representaciones lúdicas. Los *cosplayers* se reconocen *perteneciendo* a su universo lúdico cuando hacen sus diversas representaciones de personajes de ficción, y todo a partir de su mismidad y de su biografía personal.

Para Aguado y Portal (1992) la identidad social es una construcción material de sentido social, que en sentido amplio es una construcción simbólica. Somos, dicen estos autores, en función de nuestro devenir histórico y de la *reproducción* de nuestras prácticas, así como del sentido que otorgamos a las mismas. La identidad es un punto de partida del individuo y del grupo, es una cosa, es lo que es, es una evidencia. Los autores plantean que el ritual es el mecanismo por medio del cual se configuran las identidades individuales y colectivas, en el uso organizado del tiempo y el espacio. El ritual da sentido a la experiencia colectiva y da normas a las acciones sociales en tiempos y espacios prefijados y reconocidos colectivamente.

En ese sentido, considero que los *cosplayers* lo son en la medida en que reproducen su juego de disfraces en los tiempos y espacios rituales establecidos culturalmente para ello. En las convenciones donde se lleva a cabo la práctica del *cosplay*, las representaciones, las puestas en escena, la teatralidad, las luces, el maquillaje, las conductas, las expresiones corporales, los imaginarios son los signos o los emblemas que dan fe de su identidad grupal, son sus evidencias compartidas, las cuales tienen significado profundo para estos actores sociales. Los *cosplayers* llevan a cabo todo un ritual lúdico-teatral antes y durante las convenciones. El juego ritual del *cosplay* es actuación seductora, en él se encarnan representaciones de personajes ficticios, hay acciones teatrales intencionales para ser vistas, para gustar. El *cosplay* requiere del poder de la fantasía, de la desmesura comportamental, de la teatralidad y lo *performático*, de la complicidad del otro y de un fuerte componente lúdico.

Para Maffesoli (2000) el individuo es interioridad (mismidad) mientras que la persona es exterioridad, es decir, es una máscara

que escenifica o reproduce las diversas prácticas culturales. El autor considera que la persona es un receptáculo de contenidos sociales que mediante el proceso de identificación-imitación condensa los diversos hábitos y *habitus* sociales. Maffesoli recomienda analizar los fenómenos emergentes de la actualidad en términos de un *narcisismo de grupo* y de una lógica de la *identificación*. El *cosplayer* es al mismo tiempo *individuo* y *persona*, desde *interioridad* emerge en personaje de ficción escenificando diversidad de representaciones lúdicas; pero el *cosplayer* deviene en *persona* cuando participa del ritual colectivo de este juego de disfraces, en su actuación se imponen los códigos y simbolismos propios de esta práctica lúdica-teatral. Esta práctica cultural emergente bien podría ser un ejemplo de lo que Maffesoli (2000) llama el *narcisismo de grupo*, que ya he mencionado brevemente algunos rasgos identificatorios.

## A manera de conclusión

Los *cosplayers* para poner en marcha sus escenificaciones, llevan a cabo antes y durante sus representaciones una serie de prácticas corporales que les permiten igualar lo más posible a los personajes que van a representar. Estas prácticas forman una secuencia que da coherencia a sus futuras representaciones. Algunos *cosplayers* elijen el personaje a representar, lo analizan, lo estudian física y psicológicamente; así, trabajan su cuerpo, hacen ejercicio, bajan de peso, van al gimnasio, practican bailes, ensayan los movimientos del personajes, sus gestos, y además, preparan poses para las tomas fotográficas que les harán en las convenciones.

Por medio de las múltiples prácticas corporales que ejecutan los *cosplayers* en su juego teatral, se van configurando varios aspectos dignos de tomarse en cuenta como la imagen del cuerpo. La percepción o representación de la imagen corporal de los *cosplayers* se ve alterada e intensificada de manera intencional, porque los *cosplayers* que participan voluntariamente en su juego de disfraces modifican esta estructura físico-simbólica cada vez que se abrazan a su juego teatral *desmesurado* y hedonista.

La percepción del cuerpo del *cosplayers* se presenta de manera "positiva" a su conciencia; es decir, ellos se perciben con mayores habilidades corporales, con mejores capacidades físicas, con más fortaleza y agilidad, más bellos, más sensuales y elegantes, se dan la oportunidad de jugar para sentir bienestar, y en ese jugar se intensifica de manera virtual su corporalidad. La imagen corporal de los *cosplayers* no solo nos habla de cómo perciben su cuerpo estos sujetos-disfraz, sino que nos indican los sentimientos y las valoraciones que tienen sobre su cuerpo estos aficionados a la fantasía y la ficción. A los *cosplayers* les gusta su cuerpo sublimado, potencializado, intensificado, adornado, y les hace sentir bien lucirlo, exponerlo y trabajarlo. Los aplausos y las fotografías son el premio a su esfuerzo. Igualmente, en la conexión entre sus prácticas corporales y la imagen de su cuerpo se reflejan sus aficiones, su mundo lúdico fantástico, su mundo afectivo, sus comportamientos desmesurados y todo el simbolismo proveniente del universo ficticio del *manga*, el *anime* y el cómic.

En torno a los procesos de identificación en la práctica del *cosplay*, los participantes se distinguen de otros a través de su disfraz, pero se reconocen y son reconocidos por otros semejantes. Los *cosplayers* devienen en sujetos-disfraz, que comparten

una afición por los mundos fantásticos, mágicos, misteriosos, enigmáticos provenientes del *anime*, el *manga*, los cómics y los videojuegos. El *cosplayer* asume una identidad temporal, mutable y virtual cada vez que se abraza a su afición y se comunica con otros iguales a él. Además, su identidad de *cosplayer* algunas ocasiones deviene en estilo de vida, rebasando los momentos de las convenciones y expresándose en otros espacios como los parques, las cafeterías, las fiestas, etcétera.

Los *cosplayers* se apropian de todos los símbolos alusivos a este universo de la ficción, se emocionan e identifican con las historias del *manga*, el *anime* y el cómic. Se las apropian, las recrean en sus representaciones, porque tratan de historias que reflejan lo que a ellos les sucede como el amor, la amistad, la sexualidad, los valores o la soledad. También ellos se ven atraídos por la estética de los personajes de estos mundos ficticios. Detrás de estos personajes, hay un grupo de creativos que dotan a los dibujos y a las animaciones de expresividad, de una estética particular, que emociona y atrae a los *cosplayers*, así, el gusto y la afición por estos productos culturales es el rasgo que comparten en común la mayoría de los *cosplayers*, junto con el gusto por el disfraz y el juego de la representación. Las convenciones donde se *hace cosplay* son los entornos donde llevan a cabo sus procesos lúdico-rituales, echando mano de recursos teatrales para expresar a manera de *performance* su emotividad, su creatividad y su afectividad. Sus momentos de reunión y comunión devienen en tiempos-espacios rituales donde despliega su juego de disfraces, donde se *vacían*, donde se instauran en un momento de ruptura *liminar* del tiempo estructural. Para llevar a cabo su ritual-teatral, los *cosplayers* se valen de recursos visuales como disfraces, maquillajes, escenarios, luces, etcétera, y así, ponen en juego toda su corporeidad cuando hacen su *performance*. Es decir, en su juego teatral, ritual y *performático* ponen a circular sus emociones, sus sentimientos, sus sensaciones y su imaginación, a través de la expresividad corporal y de comportamientos desmesurados de placer y alegría.

## Bibliografía

- Aguado Vázquez, J. C. (2004). *Cuerpo Humano e Imagen Corporal: notas para una Antropología de la Corporeidad*. UNAM-IIA, México.
- Aguado Vázquez, J. C., Portal María, A. (1992). *Identidad ideología y ritual*. UAM-I, México.
- Gilberto Giménez. (2012). *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. UNAM. Instituto de investigaciones. Sociales, México.
- Lizárraga Cruchaga, X. (2010). "Homo sapiens demens: complejidad evolución y comportamiento". En *Mente, cultura y evolución*, Chiappa, Arguelles y Vera coordinadores, INAH, Colección Científica, México, pág. 55-70.
- \_\_\_\_\_. (2000). "El percibir, el sentir y el hacer". En *Aprender-Comprender la Antropología*, Rafael Perez Taylor compilador, Compañía Editorial Continental, México, pág. 67-85.
- \_\_\_\_\_. (1999). "De la antropología física y sus circuitos". En *Estudios de Antropología Biológica, Volumen IX*, Peña Saint Martin, Florencia y Rosa María Ramos Rodríguez, (ed.), UNAM-IIA-INAH-AMAB, México, pág. 75-82.
- Macías Rodríguez, R. (2014). "Las prácticas corporales para la construcción del actor, la identidad genérica y la(s) masculinidad(es)". En *El Cotidiano. Revista de la realidad Mexicana actual*, Género: visiones y debates necesarios, Numero 184- marzo-abril UAM Azcapotzalco, México, pág. 77-84.
- Maffesoli, M. (2000). "Identidad e identificación en las sociedades contemporáneas". En Ardit Benjamín, *El reverso de la diferencia. Identidad y política*, Ed. Nueva Sociedad, Venezuela.
- Muñiz, E. (2011). "La cirugía cosmética ¿Un desafío a la naturaleza? Belleza y perfección como norma". Universidad Autónoma Metropolitana, México. 2010 "Las practicas corporales. De la instrumentalidad a la complejidad", en *Disciplinas y prácticas corporales. Una mirada a las sociedades contemporáneas*, Ediciones Antrhopos-UAM Azcapotzalco, México, pág. 17-50.
- \_\_\_\_\_. (2010). "Las practicas corporales. De la instrumentalidad a la complejidad". En *Disciplinas y prácticas corporales. Una mirada a las sociedades contemporáneas*, Elsa Muñiz coordinadora, Ediciones Antrhopos-UAM Azcapotzalco, México, pág. 17-50.





# Cosplay, juego y performance. Del alter ego a las redes de afición

La investigación en México sobre  
Cosplay, Anime y culturas de  
aficionados

© The Author(s) 2021  
ISBN( 電子 ):978-4-910171-07-4  
<https://nichibun.repo.nii.ac.jp>

国際日本文化研究センター  
プロジェクト推進室  
International Research Center for  
Japanese Studies,  
Promotion Office

**Laura Ivonne Quiroz Castillo**

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco

## Resumen

En los últimos años, el *cosplay* se ha convertido en una de las prácticas más populares dentro del *fandom* de *anime* y *manga* alrededor del mundo, estableciéndose una relación simbiótica entre ambos fenómenos. Lo anterior debido, por una parte, al impacto global que ha tenido el anime y manga desde los años 1990; y por otra, al impacto visual que ofrece el *cosplay*, que permite tanto un mayor acercamiento entre fan y su objeto de culto, como una materialización del imaginario compartido con el grupo de afición.

Este artículo se deriva de la tesis *Cosplay, jugando a ser otro. El uso del disfraz en la construcción sociocultural de las comunidades otaku en México*; y tiene como objetivo examinar a partir de la antropología del juego y el performance la función simbólica del disfraz en la práctica del *cosplay*. De manera extensiva, se hará un análisis etnográfico de la escena *cosplay* en México, se expondrá el rol que ha tenido esta práctica dentro del desarrollo del *fandom* nacional de *anime* y *manga*, así como su contribución en la creación de redes de afición de alcance nacional y transnacional.

## Introducción

El juego de disfraces o *cosplay*, es una práctica de aficionados cuya particularidad principal es la encarnación en cuerpo propio de un personaje ficticio, generalmente proveniente de algún texto mediático (cómic, serie televisiva o animada, película, videojuego, etc.), a través del uso de un disfraz y la adopción de gestualidades distintivas del personaje referido. Como práctica de fans, implica una serie de procesos de diálogo simbólico entre el aficionado y su objeto de culto, mediante los cuales éste es re-apropiado y recreado en una nueva obra derivada que por una parte, integra el sello afectivo e interpretativo del fan; y por otra, al ser socializada, funge como vehículo de participación social y posicionamiento dentro de una comunidad de aficionados. Este artículo busca explorar cómo estos procesos de interacción simbólica y social se articulan entre sí contribuyendo a la construcción de toda una comunidad de sentido.

A partir de los estudios de fans y de la antropología del juego y del performance, se analizarán los procesos de consumo, producción y circulación cultural que entraña el *cosplay*; además de las interacciones sociales y la dinámica de competencia generadas en esta práctica. Asimismo, a través de un esbozo etnográfico de la escena *cosplay* en México, se examinarán las diferentes funciones que ha adquirido esta práctica en diferentes eventos de fans.

## Comunidades y prácticas de fans: juego, performance y competencia

Estas comunidades de fans, también llamadas *fandoms*, son grupos sociales generados en torno a un gusto por un texto mediático, dentro de los cuales se crean y comparten de una serie de códigos, prácticas, capital cultural, relaciones simbólicas e interpersonales que sostienen, distinguen, dan forma y coherencia a estas formas sociales como culturas alternativas. Que, si bien se conducen por su propia lógica y dinámica social caracterizada por su dimensión lúdica, también se vinculan a otros ámbitos de la vida cotidiana de sus miembros.

En este sentido, es importante reparar en la experiencia de “lo extraordinario” que entraña tanto el texto mediático convertido en objeto de culto, como el *fandom* en tanto vehículo y espacios de juego que se originan en el ámbito del tiempo libre. Siguiendo a Hills (2002:90), el texto mediático puede asociarse al concepto de “objeto de juego” de Winnicott, ya que es un objeto transicional a la fantasía. No sólo porque éste suele ser producto de la ficción, sino porque al romper con el flujo de lo ordinario y lo establecido, abre un tercer espacio de posibilidad, de experimentación y elucubración. Siguiendo a Turner (1986, 1987), es en esta realidad alterna donde el aficionado defragmenta las narrativas del texto, sus vivencias, deseos y aspiraciones en

elementos de sentido; que al “jugar” con ellos y reasociarlos, constituyen un *metalenguaje* a través del cual el fan se ve y habla de sí mismo, de su objeto de culto y de los contextos en los que ambos se insertan. Posibilitando así, no sólo múltiples resignificaciones tanto del texto mediático como de las realidades vividas, sino de “manipulación” o “transformación” de las mismas. De ahí que las creaciones de los fans, si bien suelen ser historias o versiones paralelas de sus personajes o universos ficcionales favoritos, también están relacionadas a sus experiencias de vida y sus realidades.

De esta manera, través de las prácticas de aficionados, tales como el *fan art*, el *dōjin*<sup>1</sup>, los *covers* y creaciones musicales derivadas<sup>2</sup>, el *cosplay*, el *fanfic*<sup>3</sup>, o inclusive la emisión de un comentario, se expresa de manera verbal y no verbal el vínculo establecido con el objeto de afición: cómo se vivió, se interpretó y se imaginó. Es por ello que estas prácticas pueden concebirse como *performances*; ya que en su sentido amplio, son actos reflexivos que muestran a *otros* (sea en un escenario o no) cómo se vivió una experiencia (Turner, 1986, 1987), lo que se hizo o se está haciendo (Biet, 2007). Además, estos mismos actos en tanto obras terminadas, son susceptibles de reinterpretación; permitiendo así tanto a los actores como al público<sup>4</sup>, apropiarse de los contenidos de los productos mediáticos, reelaborarlos y participar en la construcción de todo un fenómeno social alrededor de ellos.

En este orden de ideas, las prácticas de fans no sólo implican procesos de creación, sino también interacciones sociales de las cuales se desprenden toda una serie de impresiones que rodean, al hecho de comunicar *cómo se experimenta el objeto de afición*. En otras palabras el aficionado a través de su producción interpretativa y/o creativa y de la forma en que la muestra, no sólo comunica su vínculo con el texto, sino también los conocimientos que tiene de él, el grado de desarrollo de sus habilidades creativas (cuya calidad de producción puede responder a la de un autor profesional), cómo éstas responden al imaginario de grupo, sus habilidades de socialización, si es reconocido por otros o respaldado por algún grupo o asociación; entre otros indicadores de experiencia social dentro del *fandom*, los cuales han sido interpretados por estudiosos del *fandom* como *capitales simbólicos* (Hills, 2002). Es decir, recursos sociales acumulados a lo largo de las experiencias de un individuo<sup>5</sup>, que de acuerdo a su manejo y ostentación, dan cuenta del grado de prestigio o notoriedad que tenga éste dentro de un grupo (Bourdieu, 2007); además de posibilitar diferentes tipos de alianzas, asociaciones y desplazamientos dentro de las redes sociales de un grupo.

Es por ello que, además del placer de la experiencia lúdica implícita en las prácticas de fans y de desarrollar su *hobby*, una de las mayores gratificaciones es el ser reconocidos por la comunidad de *fans* mediante sus creaciones, sean gráficas, musicales, performativas, o literarias. Dichos reconocimientos pueden ir desde comentarios positivos, hasta ser parte de proyectos colectivos que les llevará a otras experiencias inesperadas, o bien que “los lleve a vivir de su *hobby*”, como ha sido el caso de algunos músicos, *cosplayers*, y dibujantes. De esta manera, si bien la dinámica social de las comunidades de fans responde principalmente a una lógica lúdica y participativa, también se estructura en torno a una dimensión competitiva; dentro de la cual, de acuerdo a las impresiones generadas entre sus pares<sup>6</sup>, un aficiona-

do tendrá la posibilidad o no, de obtener reconocimiento dentro del grupo, o al menos adquirir o desarrollar los medios para poder llegar a este fin.

## Particularidades lúdicas y performativas del *cosplay*

Si bien las prácticas de fans suelen conllevar a beneficios sociales y materiales, el principal motivo para sumergirse en ellas es el placer que causa su realización (Huizinga, 1972); de ahí que la participación y el involucramiento se den libre y voluntariamente, y no respondan a ningún principio de obligatoriedad. En el caso del *cosplay*, el principal atractivo se encuentra en absorberse y absorber a otros en un juego de apariencias (*mimicry*) donde el ejecutante se vale de la máscara y el disfraz para creer y hacer creer ser un *otro* (Caillois, 2006); además de hacer tangibles los personajes y universos ficcionales que constituyen el bagaje simbólico de estas comunidades de fans (Vanzella, 2005).

En este sentido, es en el disfraz donde convergen las dimensiones lúdicas y performativas de la práctica; ya que en su doble condición de objeto real y tangible, y objeto de ilusión, permite tanto al actor como al público, transitar entre dos realidades: *de facto* e imaginaria. Su poder simbólico de transformación opera tanto en el cuerpo del actor, como en el espacio de acción. Por una parte, permite a su portador desplazar por un momento su identidad e integrar en su cuerpo a ese *otro* a quien interpreta (Biet, 2007). Por otra, al hacer referencia a otros universos y realidades, el atuendo de fantasía convierte cualquier espacio en un escenario que envuelve simbólicamente a actores y espectadores en una situación extraordinaria; permitiéndoles así, convertir los cuerpos, personajes y espacios en elementos de juego y de ilusión, y así poder actuar de otra manera y experimentar situaciones que en la vida real o cotidiana no se podría.

De esta manera, se puede interpretar el uso del atuendo de *cosplay* de diferentes formas: en el plano subjetivo, como la apropiación del otro en sí, al poder modificarlo, manipularlo y hacer versiones alternativas para hablar de sí; o como la posesión de sí por el otro, al poder experimentar tanto el personaje como su universo, y re-experimentar el impacto y vínculo afectivo causado por éstos. En el plano social, como la representación de una narrativa, o como frontera comunal; ya que no sólo se hace uso el imaginario colectivo del *fandom*, sino que al hacerlo se da visibilidad a un espacio y un ambiente en común. Más aún, el juego de disfraces en tanto acto lúdico y performativo, es un espacio de diálogo y conciliación a partir del cual tanto el individuo como la sociedad se ven a sí mismos.

## La puesta en escena y el juego de interacciones

El *cosplay*, como todo acto performativo, implica fases de preparación, exhibición y circulación; no importando la modalidad ni el escenario de presentación. La preparación se encuentra circunscrita en el ámbito privado del *cosplayer*. Es el momento de mayor interacción con el personaje a interpretar; ya que comprende la selección y estudio de éste, la confección del atuendo, el acondicionamiento corporal y el ensayo de la gestualidad del personaje, así como el montaje del performance. Estos procesos



son parte del *backstage* de la presentación del *cosplayer*, en el que éste como actor ensaya el manejo de sus impresiones para no caer en contradicciones con los objetivos de su interpretación (Goffman, 2004). En el caso de quienes concursan o planean una participación en el escenario, la preparación se extiende al montaje de un performance donde además de la actuación se integran otros elementos escenográficos, coreográficos y sonoros, con los que los *cosplayers* recrean una escena de una serie, condensan la narrativa, o hacen una parodia de la misma. Es por ello que para muchos *cosplayers*, el iniciarse en esta actividad y mantenerse en ella exige una fuerte inversión afectiva, de tiempo, dinero y esfuerzos que se verán reflejados en el impacto visual, la calidad del atuendo y de la interpretación resultante. Todo esto se convierte en indicadores de los capitales simbólicos manejados y acumulados dentro de la comunidad; ya sea a través de la experiencia, del ensayo y error, de los comentarios del público, o de la observación de otras caracterizaciones.

No obstante, si bien es altamente apreciado, e inclusive reglamentado que los *cosplayers* tengan participación directa en la confección y manufactura de atuendos, utilería y escenografía; en ocasiones cuando no se cuenta con los conocimientos o habilidades suficientes, se recurre a la ayuda o servicios de *cosmakers*. Estas personas suelen ser *cosplayers* experimentados y conocedores del manejo de diversos materiales: textiles, metales, fibra de vidrio, látex, entre otros, que suelen manufacturar por encargo desde algún accesorio hasta la parcialidad o totalidad de una caracterización. Asimismo, en ocasiones estas personas comparten sus conocimientos a través de tutoriales en línea, propiciando así la circulación del *capital cultural técnico* (incorporado) dentro y fuera de la comunidad.



Imagen 1. Distintas interacciones azarosas pueden darse en el flujo de juego libre que se dan en los pasillos de la convención. En ellas, no sólo los *cosplayers* interactúan entre sí, sino hacen posibles interacciones y asociaciones de personajes de universos distintos.

Fotografía: Laura Ivonne Quiroz Castillo

Toda esta actividad lúdica, que bien podría ser efímera, se suele immortalizar en una fotografía; la cual es además la materialización de la mirada del interlocutor, quien en el acto, nombra al *cosplayer* digno de la memoria. Más aún, la fotografía suele ser la principal carta de presentación de los *cosplayers* toda vez que es indicador y registro del manejo y acumulación de capital simbólico. Incluso, en ocasiones ha abierto la posibilidad de desplazarse dentro de las redes de afición; ya que al ser medio

de presentación o puesta en escena comprende dos modalidades: la interacción común fuera del escenario, y el montaje de un performance, en el sentido estricto, dentro del escenario, sea dentro de un concurso o en una exhibición grupal. En cada una de ellas permea una modalidad distinta de juego: en la de exhibición, el juego libre; y en el escenario, el juego regulado. No obstante, al ser ambas socializaciones de experiencias de afición, son susceptibles al escrutinio del público, conformado por el resto de los aficionados y jueces; quienes a través de comentarios, calificaciones en concursos o la promoción de *cosplayers* en distintos medios, abren posibilidades de reconocimiento, posicionamiento y desplazamiento dentro del *fandom*.

El *cosplay* de exhibición comprende todos los encuentros e interacciones interpersonales, mediados por el o los personajes, que se dan fuera del escenario. Al ser el *cosplay* a la vez un vehículo para la expresión de sí y un vehículo de juego, en cada encuentro, los *cosplayers* procuran reproducir las poses ensayadas y adoptar la actitud de sus personajes procurando apegarse a éstos. Pero a su vez, en su calidad de personaje, se adaptan a la situación dando rienda suelta a su imaginación, interactuando de diversas formas con su interlocutor; sea éste el fotógrafo u otro aficionado (*cosplayer* o no), y claro está, con el lugar. Con ello, tanto el ejecutante como sus interlocutores vuelven a explorar y a jugar con los elementos que componen sus objetos de afición, añadiendo su visión personal sobre todos estos elementos que son objeto de las elucubraciones y asociaciones de los aficionados. [Imagen 1]

de contacto con algunos medios de promoción y comunicación del *fandom*, abre la posibilidad de colaborar en proyectos colectivos, salir en publicaciones de fans, participar en programas de televisión, ser invitados a otras convenciones y eventos, recibir ofertas de trabajo, entre otras experiencias resultantes. A este respecto cabe destacar el papel de los *kameko*, fotógrafos con cierto grado de especialización en *cosplay* e integrados a grupos dedicados a la promoción de esta actividad; quienes además de

imprimirle una nueva mirada y una nueva significación, posibilitan un mayor impacto social del trabajo del *cosplayer* al difundirlo en revistas, sitios web y redes sociales.

Al contrario del *cosplay* de exhibición, el juego en el escenario, sobre todo el de competencia, tiende a ser regulado y planeado bajo criterios de evaluación ya establecidos: 1) apego con la imagen del personaje, 2) coherencia interpretativa con el mismo, 3) apego con la temática del concurso o al contenido del texto evocado, 4) participación directa en el montaje del performance y manufactura del disfraz y escenografía. De esta manera se crean mayores posibilidades de experimentar el personaje y su universo de acción, a la vez de hacer suposiciones en torno a los

misimos; y a través de ellas, provocar en el público y el jurado, una conmoción enternecedora, dramática, cómica o absurda. De esta manera, para la mayoría de los *cosplayers*, el escenario pero sobre todo la competencia, es el medio más recurrido para ganar notabilidad, prestigio y proyección dentro de la comunidad; ya que, su exposición en éste les da más visibilidad y posibilidad de ser recordados y reconocidos. [Imagen 2] Por otra parte, les da la oportunidad de viajar tanto al interior del país como fuera de él, sea en calidad de participantes en concursos mayores o bien como invitados en otras convenciones, donde suelen compartir sus experiencias y participar como jurados. [Imagen 3]



Imagen 2. Performance durante concurso grupal de *cosplay*  
Fotografía: Edgar Alcántara. Archivo personal



Imagen 3. Anuncio del Concurso Nacional de *Cosplay*, competencia organizada por la *Frikiplaza*, donde el premio principal es un viaje a Japón. En la imagen, el evento es promocionado por uno de los integrantes de *Kokiri Cosplay*, equipo que representó a México en el *World Cosplay Summit 2016*.

Fuente: <http://www.k-pop.com.mx/images/noticias/3196-gran-final-del-concurso-nacional-de-cosplay-2016.jpg>

## La escena *cosplay* en México y las redes de afición transnacionales

Según Feldman (s/f), y Lotecki (2012) el disfraz de afición se fue desarrollando por 45 años dentro de los *fandoms* de cultura *pop* anglosajona antes de ser introducido en 1984 a la escena de afición japonesa por el periodista Nobuyuki Takahashi. Se dice

que en su reportaje sobre la *WorldCon* de ese año, impresionado por las actividades de mascarada, alentó a sus lectores a asistir a la *Comiket* disfrazados de sus personajes favoritos de *manga* y *anime*. Sin embargo, tuvo que rebautizar la práctica con el nombre de *cosplay*, ya que el término “mascarada” hacía referencia a una fiesta de máscaras de la aristocracia, lo cual no correspondía a la práctica de *fans* adoptada (Winge, 2006: 66-67).

Así, tras la explosión mundial del interés por el *anime* y *manga*, se incrementó considerablemente la cantidad de aficionados disfrazados de estos géneros, y pronto se refirió a esta práctica

con el término de *cosplay*; de ahí la estrecha relación que tienen estos dos fenómenos. Más aún, esta práctica, junto al *anime* y *manga*, se ha convertido en embajadora cultural del Japón, particularmente tras el impulso de la política del *Cool Japan* por parte del gobierno japonés; y dentro de este contexto, la creación del *World Cosplay Summit*, iniciativa de TV Aichi para “ofrecer un intercambio cultural a participantes de más de 20 países, a través del *anime*, *manga* y *cosplay*” (World Cosplay Summit, 2014).

En el ámbito nacional, el *cosplay* llegó a nuestro país en la década de los 90's casi a la par de las primeras convenciones nacionales de cómics. Estos espacios, tratando de reproducir el espíritu de sus similares en Estados Unidos, integraron una oferta de entretenimiento que incluía la compra-venta y exhibición de productos relativos al cómic y la cultura pop, así como espacios de discusión y prácticas de *fans*; dentro de las cuales, si bien proliferaba el dibujo y el modelismo, “se llegaba a encontrar uno que otro disfrazado” (Gantús, 2008; Hernández, 2009). Como mencionan algunos *cosplayers* veteranos, se ignoraba el nombre de la práctica y su procedencia; ya que simplemente se sentían “contagiados” por el deseo de evocar a sus personajes favoritos, no importando su origen (Martínez, 2005). No obstante, tras el

*boom* de *anime* y *manga* dentro del emergente *fandom* mediático mexicano, así como la promoción del uso del disfraz por parte de los organizadores de convenciones, fue que esta práctica fue reconocida como parte de la cultura pop japonesa; dentro de la cual ya estaba integrada y naturalizada bajo el nombre de *cosplay* (Quiroz, 2015). [Imagen 4]

Al igual que en Estados Unidos, Japón y otras partes del mundo, en México, la popularidad del *cosplay* ha ido aumentando con el tiempo volviéndose más competitiva; sobre todo a partir de la mayor accesibilidad a Internet, el desarrollo de nuevas plataformas de comunicación y la apertura de vías de comercio global, que han favorecido la circulación y alcance los medios, materiales y técnicas para una mejor elaboración de disfraces. Además, la inclusión de actividades de *cosplay* en cada evento de fans, y la participación desde 2007 de México en la *World Cosplay Summit*, ha hecho que esta actividad se convierta en uno de los medios más recurridos para destacar y desplazarse dentro y entre las redes de fans a diferentes escalas; permitiendo a sus participantes viajar, establecer contactos en varias partes del mundo e intercambiar impresiones en torno a la práctica y el objeto de afición. [Imagen 5]



Imagen 4: Grupo Éxodo, pioneros del *cosplay* mexicano.

Fotografía: David Pérez Monroy

Fuente: [www.elvortex.com](http://www.elvortex.com)



Imagen 5. El equipo *Twin Cosplay*, ganadores del primer lugar en el *World Cosplay Summit 2015*, reciben de manos del Sr. Akira Yamada, embajador de Japón en México, su pase de competencia dentro de este certamen.

Fuente: <https://gentokyo.moe/wp-content/uploads/2015/02/TWIN-Cosplay-wcs-2015.jpg>

Todos estos factores han contribuido a la construcción de una cada vez más compleja escena de *cosplay* nacional, la cual en su interior vincula diferentes agentes sociales, lugares y eventos. Como muchas prácticas de *fans*, el *cosplay* se lleva a cabo principalmente en las convenciones. Estos eventos son considerados núcleo de todo fandom ya que son espacios de exhibición, socialización y aprendizaje, donde se circulan, interiorizan y se juega con elementos simbólicos, se establecen y reafirman relaciones interpersonales, así como sentimientos de pertenencia a la comunidad de afición (Vanzella, 2005; Hernández, 2009). Como tal, suelen ser una de las principales plataformas de proyección y de vinculación con otros grupos de aficionados de distintas regiones, al promover a sus ganadores dentro de otros eventos, premiándolos con viajes, o bien con la posibilidad de participar en concurso de mayor alcance como el *World Cosplay Summit* o la *Copa Cosplay Pacífico*.

En estos espacios, así como en otros como plazas comerciales especializadas (*Frikiplaza*, *Pikashop*, o *Fan Center*), y eventos de fans para fans, el *cosplay* suele ser una bandera del *fandom* que llama a la asistencia y a la participación; más aún a través de esta práctica se crea un aura comunal, la cual se concentra y se separa de los lugares circundantes. Por ejemplo, en conciertos y proyecciones de cine donde las actividades de afición comparten lugar con otras, el aura del *fandom* catalizada por el *cosplay*, invade el lugar y desplaza por un momento el sentir y los ritmos cotidianos del espacio de hospedaje. [Imagen 6] De manera similar, pero con el objetivo de exteriorizar y hacerse ver dentro del policulturalismo urbano, la Marcha Friki, da cabida a muchos *fandoms* que suelen ser visualmente representados por sus respectivas caracterizaciones; sean derivadas del *cosplay* o estén asociadas al uso del disfraz. [Imagen 7]



Imagen 6. Asistentes a la película *Puella Magi Madoka Magika* haciendo *cosplay* de los personajes de la serie animada del mismo nombre. Fuente: [www.facebook.com/Madokaenmexico](http://www.facebook.com/Madokaenmexico)



Imagen 7. Marcha Friki 22 de mayo de 2011. Foto: Laura Ivonne Quiroz Castillo

Dentro del ámbito privado del *fan*, se encuentran los picnics y las sesiones fotográficas. En estos eventos el objetivo principal no es participar y entregarse a un gran ambiente comunal, sino materializar fantasías personales donde una plaza o parque público puede llegar a ser el escenario de acción del o los personajes; al mismo tiempo de que se convive en un contexto más íntimo con los amigos. En este sentido, el disfraz, con su sola

presencia, enfatiza la ruptura del espacio-tiempo cotidiano, permitiendo no sólo la conversión del yo en un otro, sino también un espacio ordinario en otro lúdico, integrado a la fantasía a través del desenvolvimiento de sus practicantes en el lugar [Imagen 8].

Dentro de un ámbito intermedio, entre lo privado y lo público; y entre la preparación y la exhibición, se encuentran los espa-





Imagen 8. Cosplayer y fotógrafo usando una sección del Bosque de Tlalpan como locación para una sesión fotográfica. Junio 2013  
Foto: Laura Ivonne Quiroz Castillo

cios virtuales que comprenden sitios de *cosplay*, *blogs*, *videoblogs*, foros y redes sociales. Dentro de éstos los agentes del *cosplay* no sólo guardan memorias de sus experiencias dentro de esta actividad; sino a través de ellas ilustran su trabajo, posibilitando el contacto, e inclusive la competencia con otros aficionados de otras regiones. Además, estos espacios favorecen tanto la circulación de conocimiento en torno a la creación de atuendos o a la toma fotográfica; como la circulación de materiales, accesorios y atuendos completos. De esta manera, se complementa, y en muchas ocasiones se extiende, en una suerte de privacidad colectiva, las experiencias vividas en los lugares y eventos presenciales del *fandom* en cuestión.

Así, de acuerdo con Vergara (2013), todos estos lugares y eventos constituyen nodos de redes territoriales que soportan la construcción simbólica de los *fandoms* vistos como mundos alternos que interconectan la intimidad de sus miembros con grandes fenómenos socioculturales. En otras palabras, si bien se desprenden nuevos significados y sentidos de la relación entre el fan y su objeto de afición, éstos se sedimentan en los distintos escenarios que los albergan a través del quehacer, los recorridos, interacciones y relaciones que llevan a cabo los aficionados. De esta manera, a través de la observación de los espacios en los que se desarrolla esta práctica, así como de la función simbólica que desempeña en cada uno de ellos, se puede vislumbrar un mapa simbólico y territorial del *fandom* en México; dentro del cual se conectan las experiencias y expresiones de sus miembros con las manifestaciones colectivas generadas de manera *global* en torno al objeto de afición (Quiroz, 2015:91). Y es en esta red de espacios sociales, lúdicos, performativos y competitivos del *fandom* que sus miembros contribuyen a su construcción y expansión como fenómeno social; el cual, se hace más complejo en la medida en que se populariza, se incluyen nuevas voces y se abren mayores espacios de socialización, medios de expresión y de difusión, entre otras condiciones que propician diversas formas de participación.

## Conclusiones

Como se ha visto, el *cosplay*, en tanto práctica de fans con dimensiones lúdicas y performativas, es uno de los muchos nodos que

articulan la experiencia subjetiva del aficionado (cómo interpreta y experimenta un producto mediático) con la experiencia social que transforma el dicho objeto en todo un evento. Esto, por una parte, permite la actualización y enriquecimiento del imaginario del *fandom* como capital cultural; y por el otro, permite a sus participantes no sólo comunicar a otros lo que sabe o ha hecho, sino en su manejo de impresiones se abre la posibilidad de moverse entre los distintos caminos posibles del *fandom*. En este orden de ideas, si bien los concursos representan una estructura de proyección a otros escenarios ya establecidos dentro de *fandom*; la participación fuera de ellos y la circulación de la fotografía son la manifestación directa, libre y azarosa de la energía social de los agentes del *cosplay* en la construcción de caminos alternativos de proyección, circulación e interacción en y a través de las comunidades y redes de afición. De esta manera, no sólo se contribuye a la estructuración de la dinámica sociocultural del *fandom*, sino también a su manutención y transformación a través del entrecruce de miradas y experiencias.

De esta manera, a través del análisis etnográfico de esta práctica se puede constatar no sólo la inserción del *cosplay* dentro de la dinámica sociocultural del *fandom* local de anime y manga, sino también, la inserción y relación de éste como nodo en las redes de afición globales. Siguiendo esta idea, los flujos de globalización (cultural, económica, política, mediática, migratoria, etc.) que han favorecido a la expansión del *fandom* de anime y manga, se anclan en un gran conglomerado de escenarios culturales particulares. Dentro de los cuales cabría todavía analizar no sólo cómo fluyen los imaginarios y se originan alianzas a través de prácticas sociales como el *cosplay*, sino también cómo entran en conflicto los usos e interpretaciones otorgados por los aficionados. Así, a través del análisis de estos hechos se pueden entrever las distintas posturas en torno a lo que se espera y hacia dónde se desea desarrollar determinado *fandom* y sus prácticas, las cuales constituyen parte del relieve de todo un fenómeno transcultural, el cual es dotado de sentido y transformado por quienes lo recorren.

## Notas

1. Publicación independiente o *amateur* que bien puede ser de

creación original o inspirada en una obra previa.

2. Música o canciones sea en versiones alternativas a las de las bandas sonoras originales, inspiradas en alguna temática de ficción, o en el caso del fenómeno *Vocaloid*, que un software haya sido el medio empleado para la creación de la obra (Ver el artículo de Álvaro Hernández en esta misma publicación).

3. Ficciones literarias de aficionados donde se plasman historias alternativas a las de los textos originales.

4. De acuerdo con la metáfora social de Goffman (2004), toda interacción social implica una “puesta en escena” donde cada individuo se considera un “actor”; ya que juega un rol dentro de una situación donde intervienen otros actores que a la vez son su público y de quienes se espera una reacción acorde a la situación presentada. En este sentido, considerando que el público no es un espectador pasivo, toda puesta en escena (en el sentido amplio y reducido) puede considerarse como interacción social.

5. Como ejemplos, Bourdieu (2007) pone el capital cultural, es decir, los conocimientos acumulados en torno a un tema y el capital social (las relaciones sociales, alianzas y contactos establecidos); no obstante puede considerarse como capital simbólico todo tipo de indicador de ‘energía social’ que cuando es ostentado en contextos y condiciones específicos, producen determinados efectos en las interacciones sociales desarrolladas.

6. El manejo de impresiones hace referencia a la metáfora teatral de Goffman sobre las interacciones sociales. Para este sociólogo todo el mundo es un escenario dentro del cual toda interacción social supone un ensayo que busca que el actor (individuo) no caiga en contradicciones durante su actuación; y una escenificación del manejo de impresiones, cuyo objetivo es producir las reacciones que se esperan de los espectadores (interlocutores) (Goffman, 2004).

## Bibliografía

- Biet, C. (2007). Introduction: Des propriétés du costume et de la manière de s'en défaire. En A. Verdier, O. Goetz, & D. Doumerge, *Art et usages du costume de scène* (págs. 11-21). Paris: Lampasque.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Caillouis, R. (2006). The Definition of Play and the Classification of Games. En K. & Salen, *The Game Design Reader. A Rules of Play Anthology* (págs. 122-155). Cambridge: Massachusetts Institute of Technology.
- Feldman, S. L. (Sin Fecha). *The History of Cosplay*. Recuperado el 1 de Marzo de 2017, de Strange Land Costuming: [www.strangelandcostumes.com/history](http://www.strangelandcostumes.com/history)
- Gantús, L. (30 de Octubre de 2008). CONQUE la primera de todas. Recuperado el 3 de Marzo de 2017, de *Esto es FERPECTO!!!! comics, curiosidades y desvaríos inspirados en “Los laureles”*: <http://estoesferpecto.produccionesbalazo.com/?p=158>
- Goffman, E. (2004). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Hernández, Á. D. (2009). *El impacto de la animación japonesa en México. El papel del discurso mítico en la construcción de identidades ritualizadas en jóvenes de la ciudad de México*. México, D. F.: Escuela Nacional de Antropología e Historia.
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. London, New York: Routledge.
- Huizinga, J. (1972). *Homo Ludens*. Madrid: Alianza Editorial.
- Lotecki, A. (2012). *Cosplay Culture: The Development of Interactive and Living Art through Play*. Toronto, Ontario, Canada: Ryerson University.
- Martínez, I. (2005). *El cosplay ante el derecho de autor*. México, D. F.: Facultad de Derecho, UNAM.
- Quiroz, L. I. (2015). *Cosplay, jugando a ser otro. El uso del disfraz en la construcción sociocultural de las comunidades otaku en México*. México, D. F.: Escuela Nacional de Antropología e Historia.
- Turner, V. (1986). Dewey, Dilthey and Drama: An essay in the anthropology of experience. En V. Turner & E. Bruner, *The Anthropology of Experience* (págs. 33-44). Illinois: University of Illinois Press.
- \_\_\_\_\_. (1987). *The Anthropology of Performance*. New York: PAJ Publications.
- Vanzella, L. (2005). *Cosplay Culture: fenomenologia dei costume players italiani*. Latina, Italia: Tunué.
- Vergara, A. (2013). *Etnografía de los Lugares. Una guía antropológica para estudiar su concreta complejidad*. México, D. F.: INAH-ENAH, Ediciones Navarra.
- Winge, T. (2006). Costuming the Imagination: Origins of Anime and Manga Cosplay. En F. Lunning, *Mechademia 1. Emerging worlds of anime and manga* (págs. 65-76). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- World Cosplay Summit. (2014). About WCS. Recuperado el 8 de Mayo de 2017, de *World Cosplay Summit*: <http://www.worldcosplaysummit.jp/en/about/>

# Acercamiento al simbolismo en el *anime* *Death Note*

La investigación en México sobre  
Cosplay, Anime y culturas de  
aficionados

© The Author(s) 2021  
ISBN( 電子 ):978-4-910171-07-4  
<https://nichibun.repo.nii.ac.jp>

国際日本文化研究センター  
プロジェクト推進室  
International Research Center for  
Japanese Studies,  
Promotion Office

Jorge Salvador Anaya Martínez

Universidad Anáhuac México, Campus Norte

*“Los maté a ambos...en verdad, maté a dos hombres...  
eran vidas humanas...¡no pasará por alto!...  
Además, ¿quién soy yo para juzgar a los demás?*

*No... no, un momento, tal vez estoy equivocado...  
esto es lo que he pensado últimamente  
¡el mundo se está pudriendo y quienes lo causan merecen morir!  
Alguien debe hacerlo ¿porqué no yo?  
aunque signifique sacrificar mi mente y mi alma lo valen,  
porque el mundo no puede continuar así”  
Light Yagami.  
Death Note, Episodio 1 (1).*

## Introducción a la historia de la serie

Decidí comenzar con esta transcripción para que nos podamos hacer la siguiente pregunta: ¿Qué pasaría si un día encontraras un cuaderno que te permitiera matar a una persona con sólo escribir en ella su nombre? Si además de ello, esta libreta te permitiera decidir cómo y dónde quieres que esa persona pierda la vida ¿te sentirías tentado a utilizarla? ¿Qué uso le podrías dar? Esa es la premisa de la que parte *Death Note* o *El cuaderno de la muerte*, historia original de Tsugumi Oba e ilustrada por Takeshi Obata.

La publicación de *Death Note* comenzó en *manga* o historieta japonesa en el año 2004 y terminó en el 2006 integrada por trece volúmenes, los cuales también fueron publicados en México por la desaparecida *Editorial Vid* entre los años 2007 y 2008.

Tal fue el éxito de la publicación que, entre 2006 y 2007 se transmitió con gran éxito en la televisión japonesa la adaptación a dibujos animados o *anime* —misma que será el objeto de estudio del presente texto—. En Japón, además han realizado diversas películas de *live action* o con actores basadas en historias alternas a la publicación, mismas que han gozado de cierta popularidad y se exportaron a países como Estados Unidos.

En mayo de 2009, los estudios norteamericanos *Warner Brothers* anunciaron la adquisición de los derechos para realizar una adaptación cinematográfica de los primeros tres volúmenes del *manga*, programando el estreno de la cinta para el año 2011 (IGN,

2009; IMDB, 2009). Sin embargo, fue hasta agosto de 2017 que esta adaptación cinematográfica pudo ser vista a través de la plataforma Netflix, versión en la que el papel del *shinigami* o dios de la muerte Ryuk será interpretado por el actor Willem Dafoe.

A pesar de ser posterior, la versión *anime* ha permitido difundir la historia a una escala internacional mayor que el *manga*, debido a las mismas razones expuestas por Osamu Tezuka (el llamado “Dios del *manga*” y creador de series animadas populares por su transmisión en México como *Astroboy* y *La princesa caballero*) cuando redactó el prefacio del libro *Manga! Manga! The world of japanese comics* de Frederik L. Schodt (1998:10-11). Es decir, la animación es doblada por lo que no confunde al lector sobre leer en una dirección o en otra. Para el público occidental, resulta difícil comprender o leer las historietas niponas pues las publicaciones se leen en un sentido inverso a la que nos encontramos acostumbrados. Con esto se resuelve el problema de la lengua y la diferencia en la forma de abordar el texto. Cabe destacar que gracias a los avances tecnológicos, en internet pueden encontrarse fácilmente versiones subtituladas de diferentes series animadas.

Però regresando a *Death Note*, el personaje central de la historia es Light Yagami, hijo del comandante de policía Soichiro Yagami, quien acaba de obtener el primer lugar en el examen nacional de la escuela preparatoria en Japón. Además de ser un estudiante ejemplar, Light o Luna —como también puede leerse

su nombre en la escritura japonesa— tiene fama de ser muy inteligente, astuto y de contar con una gran capacidad deductiva. Por si ello fuera poco, él mismo se vanagloria de su éxito con las mujeres; motivo por el que a lo largo de la historia las utiliza de diferente manera, como en el episodio cuatro donde invita a salir a una joven para obtener el nombre de un espía del FBI asignado a seguirlo sin despertar sospechas de éste.

La historia comienza cuando Light encuentra tirada una libreta denominada *Death Note*, misma que tiene escritas las instrucciones para su uso y que tiene la particularidad de matar a la persona cuyo nombre se escriba en ella —siempre y cuando se visualice o se tenga en mente el rostro de la víctima al momento de hacerlo—. Al avanzar el relato, Yagami descubrirá que también puede escribir en ella las causas de fallecimiento, el día y la hora en que ocurrirán los hechos.

Aunque al principio el protagonista duda en utilizar el cuaderno, termina probándolo y es seducido por las posibilidades de “purificación” que brinda al mundo que —en su pensamiento— se encuentra corrompido. Al mismo tiempo, Yagami descubre que ésta pertenece a un *shinigami* o dios de la muerte en la mitología japonesa de nombre Ryuk, quien la dejó caer al mundo de los humanos por encontrarse aburrido. La criatura celestial hace saber al nuevo poseedor del cuaderno que permanecerá con él y con la libreta en este mundo hasta que ocurra una de dos posibilidades: se termine el cuaderno o muera el protagonista. Con esta sentencia de parte del *shinigami*, los creadores del manga dejan pocas posibilidades para el final o el futuro de la historia.

Regresando a la historia, Light decide que debe ocupar el cuaderno para eliminar a todos aquellos que causen un daño a sus semejantes; es decir, a los criminales a fin de que el mundo se mueva en la que considera la dirección correcta a fin de crear “...un mundo nuevo, libre de injusticias y poblado de personas a quienes yo (Yagami) haya juzgado honestas, amables y trabajadoras...(así, yo) me convertiré en el dios de este nuevo mundo” (Light Yagami. *Death Note*, Episodio 1).

Es así como el protagonista cumple con las características señaladas por Tokiyo Tanaka (2009:2) como propias del anti-héroe japonés del *manga* “...Él y su grupo comparte con los lectores juveniles la ira y el desacuerdo ante la sociedad que los rodea. Los héroes en el cómic japonés son opuestos al héroe mexicano como Kalimán”.

El deseo de ser como un Dios lo lleva a cometer una oleada de asesinatos entre los criminales más buscados, terminando con sus vidas mediante un ataque al corazón. Esto lleva a la policía internacional a considerar estas muertes repentinas como asesinatos seriales, hechos no aislados que la población atribuye a un personaje que denominan *Kira* (asesino, por la pronunciación japonesa del inglés, la cuál es casi homófona de *killer*) y apoyarse en un joven y misterioso investigador conocido como “L” quien resulta ser de una edad similar a la del protagonista. El némesis de Light sospechará que él es *Kira* casi desde que se conocen, al grado de confrontarlo y confesarle personalmente esta sospecha y revelarse ante él como “L”.

## ***Death Note* a través del psicoanálisis y la hermenéutica profunda**

Basta por el momento con este breve trazo de la historia para ir a un segundo punto de esta exposición y señalar que esta serie puede comprenderse mejor a través del texto *El malestar en la cultura* de Sigmund Freud, publicado en 1930, ya que como en el episodio dos de la animación el protagonista explica a Ryuk, el dios de la muerte:

*Aunque no es algo que pasaría en la escuela, digamos que se les pregunta a los alumnos si una persona mala merece morir. Puedes apostar que todos darían la respuesta socialmente aceptable:*

*Voz de niña: no es correcto matar a personas.*

*Es lo que deben decir, por supuesto, es la respuesta correcta que dar ¿cierto? Los humanos siempre trataremos de guardar las apariencias cuando estamos en público, así es como somos, pero esto es lo que sentimos en verdad.*

*Muchos temen apoyarme por lo que pensarán los demás, muchos prefieren negar mi existencia, pero en la internet donde puedes permanecer en el anonimato el apoyo para Kira está creciendo.*

*Quizá las personas temen decirlo en voz alta pero todos entienden lo que está pasando: alguien está desapareciendo a los malos, uno por uno; aquellos que no han hecho el mal apoyan a Kira porque saben que no tienen que temer, mientras que los otros temen por su vida, se ven forzados a esconderse de un enemigo desconocido.*

*Así es como debe ser ¡es perfecto! ¡Todo funciona de acuerdo a mi plan!*

Es en este punto donde la fantasía cumple la función de realizar la pulsión agresiva que señala Freud en el capítulo V de su obra. “...el prójimo no es solamente un auxiliar y objeto sexual, sino una tentación para satisfacer en él la agresión, explotar su fuerza de trabajo sin resarcirlo, usarlo sexualmente sin su consentimiento, desposeerlo de su patrimonio, humillarlo, infringirle dolores, martirizarlo y asesinarlo” (1930:108). ¡Y qué mejor que asesinar a los asesinos!

Aquí se destaca la función pulsional y, tal vez, se hace evidente la razón donde reside el éxito de esta serie: hacer justicia por propia mano y eliminar el mal culturalmente establecido. La cultura refuerza la supresión de las pulsiones a través de las reglas establecidas, mantiene el vínculo establecido entre las familias; pero ahora, permite el desahogar las pulsiones a través de los productos culturales.

Así, surge la empatía por un protagonista (héroe o anti-héroe) que aniquila a todos aquellos que se atrevieron a violentar el *status quo*, que hace lo que yo socialmente no puedo; pero realizo culturalmente a través de profesiones o actividades que ni siquiera pudieran relacionarse directamente con llevar a cabo mi gusto por matar —actividades incluso culturales—, y así lo sublimo: puedo ser un *otaku* o fanático de las historietas japonesas o de sus animaciones, un crítico de cine, un escritor de historietas o un dibujante, pero con ello realizo o satisfago



mi pulsión “sin dañar físicamente a nadie”.

Después de todo, como señala Freud “la cultura espera prevenir los excesos más groseros de la fuerza bruta arrogándose el derecho de ejercer ella misma una violencia sobre los criminales, pero la ley no alcanza a las exteriorizaciones más cautelosas y

refinadas de la agresión humana” (Op. cit., 109). Así, puedo comprar productos que identifiquen mi gusto por esta serie, expreso mi deseo por matar a los transgresores de la ley, y psicológicamente libero mi pulsión pero no la llevo al campo físico. [Imagen 1]



Imagen 1. Tienda Viz Media de artículos relacionados con *Death Note* en mayo de 2009 <http://deathnotestore.viz.com/ttc/Goodies/cPath/10211.html>

Por otra parte, desde el punto de vista de la hermenéutica profunda, no olvidemos que al definir a las formas simbólicas John B. Thompson señala que “[...] son constructos significativos que son interpretados y comprendidos por los individuos que los producen y reciben, pero también son constructos significativos que se encuentran de maneras diferentes y que se insertan en condiciones sociales e históricas específicas” (2002:407). Es así que podemos considerar a los *anime* como formas simbólicas.

Para su comprensión, Thompson sugiere estudiarlas a través del marco metodológico de la hermenéutica profunda integrado por tres fases (el sociohistórico, el formal o discursivo y la interpretación/reinterpretación), que considera “[...] no tanto como etapas distintas de un método secuencial, sino más bien como dimensiones analíticamente distintas de un complejo proceso interpretativo [...]” (Idem).

Adicionalmente, debemos tomar en cuenta la multiculturalidad presente en la elaboración de los productos culturales, misma que cobra importancia mayor en nuestra época, pues si bien siempre ha existido esta retroalimentación. Como lo señala la profesora en Estudios Japoneses de la Universidad Tufts, Susan Napier en *From Impressionism to Anime. Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West*, al comentar en la introducción de su libro la visita realizada a Giverny, la casa de Claude Monet:

[...] Nada del arte de Monet está en las paredes de Giverny. En su lugar, uno de los más grandes pintores europeos del siglo XIX, optó por decorar su casa con láminas y pinturas japonesas —paisajes realizados por Hokusai; aves, bestias y flores de Hiroshige; y cortesanas disfrazadas creadas por Haranobu y Utamaro. Incluso en el jardín, aunque su profusión de flores es sin duda occidental, conserva elementos japoneses como el puente, las plantas de glicina y los lirios. (2007:1) [traducción propia].

Esta confusión es aún más recurrente en el mundo actual, pues el artista encuentra sus fuentes de inspiración cada vez más en culturas diferentes a las propias y por medios que, gracias a los avances tecnológicos del siglo XX se convirtieron en formas de expresión audiovisual convencionales.

Como tales, los *anime* reflejan también el punto de vista de los japoneses y su visión de ‘el Otro’. Pero ¿qué podemos entender por ‘Otro’? Para efectos del presente trabajo, se entenderá la descripción dada por Roger Silverstone, donde “[...] la O significa. Se refiere al reconocimiento de que allí afuera hay algo que no soy yo, que no es de mi hechura ni está bajo mi control; distinto, diferente, fuera de mi alcance, pero que ocupa el mismo espacio, el mismo paisaje social. El Otro incluye a los otros: personas que conozco o de cuya existencia jamás me enteré; mis amigos al igual que a mis enemigos. Incluye a mis vecinos, así como a aquellos a quienes vi en fotografías y pantallas. Incluye tanto a quienes están en el pasado como a quienes están en el futuro. En mi sociedad y en la tuya [...]” (2004:214).

Según lo anterior, y para evitar caer en señalamientos tajantes como el de Harry E. Willes al afirmar que los japoneses no quieren a los extranjeros (cit. pos. Clyde, 2009:580) partiremos de identificar el color rojo, presente en el escudo nacional japonés y el que se relaciona con el personaje principal de la historia durante la primera presentación u *opening* de la animación y quien, a diferencia de su némesis, no recurre al exterior o al otro y que en la historia es representado por el FBI. Es por este motivo que “L” es presentado en tonalidades azules las cuales no se encuentran presentes en la bandera japonesa pero que, como se relacionan con la asociación que el japonés tiene de los occidentales como *aoi-me* u ojos azules señalada por Hisayasu Nakagawa en su libro *Introducción a la cultura japonesa* (2006:6).

Adicionalmente, el color azul es el único diferente entre los lábaros patrios de Japón e Inglaterra (país donde vivió en un orfanato “L”); motivo por el que es más fácil relacionarlo con las sociedades no japonesas, principalmente la norteamericana —que dicho sea de paso— se erige como la principal cultura de esta cosmovisión y país al que pertenece el FBI. Las banderas de Estados Unidos y el Reino Unido comparten la misma cromática, incluido el color azul, tonalidad reflejada también en el enemigo natural del archipiélago nipón: los *tsunami*, que dañan al territorio o *lo atacan*. Así, dentro de la presentación de la serie se presentan estas dos imágenes del protagonista y su antagonista: [Imagen 2 y 3]

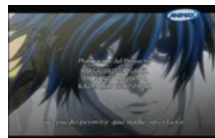


Imagen 2. (Izq.) y 3. (Der.) Fotos de la presentación de la serie *Death Note*, Dir. Tetsuro Araki, Nippon Tv, tomado de Canal Animax, 2009.

## Elementos simbólicos a través de los conceptos

Como tercer y último punto, quisiera remarcar como indica Sigmund Freud, que mediante la fantasía “[...] la satisfacción se obtiene con ilusiones admitidas como tales, pero sin que

esta divergencia suya respecto de la realidad efectiva arruine el goce” (1930:80). En este caso, en la presentación de la serie se busca fantasear con la idea del protagonista de ser un dios representándolo como tal. Aquí se ejemplifica con las siguientes imágenes: [Imagen 4 y 5]

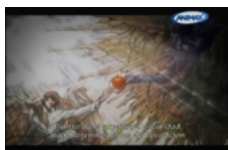


Imagen 4. (Izq.) Foto de la primera presentación de la serie *Death Note*, Dir. Tetsuro Araki, Nippon Tv, tomado de Canal Animax, 2009.  
Imagen 5. (Der.) Creación de Adán. Imagen: <http://bruok.files.wordpress.com/2008/05/la-creacion.jp>

De esta manera se observa en una forma más clara como al protagonista se le busca representar como un Adán recibiendo la manzana del dios de la muerte en forma similar a como fue representada *La Creación de Adán* en la capilla Sixtina por Miguel Ángel. Ambos son tocados por un dios en el caso de Adán uno creador, mientras que en el caso de Light es uno de la muerte. Para el artista italiano, Adán recibe un don, una especie de

virtud. En la reinterpretación simbólica nipona Light recibe una posibilidad, una tentación representada por el símbolo judeo-cristiano de la manzana: se le da la libertad de pecar.

Otro ejemplo artístico y simbólico representado en la introducción de la serie es el expuesto a continuación. [Imagen 6 y 7]

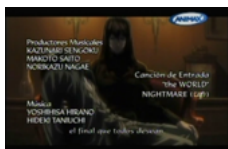


Imagen 6. (Izq.) Foto de la primera presentación de la serie *Death Note*, Dir. Tetsuro Araki, Nippon Tv, tomado de Canal Animax, 2009.  
Imagen 7. (Der.) La Piedad. Imagen: [http://agaudi.files.wordpress.com/2006/11/michelangelos\\_pieta.jpg](http://agaudi.files.wordpress.com/2006/11/michelangelos_pieta.jpg).

En este caso, se ironiza con dos de las víctimas del de Light Yagami reconstruyendo una figura similar a la escultura conocida como *La Piedad* del mismo Miguel Ángel pues, al morir el agente del FBI Raye Penber, su prometida y ex-agente del mismo organismo Naomi Misora se dedica a investigar las causas de su fallecimiento. Misora llegará a la conclusión de que su deceso no fue accidental y logrará acercarse al protagonista quien, mediante la *Death Note*, le ordena suicidarse sin dejar evidencias. Es así, que Misora es representada como una dolorosa, una mujer consumida por el sufrimiento, con el cuerpo de su amado entre sus brazos en una estructura gráfica y simbólica similar a la

desarrollada por el artista italiano en la escultura a través de la virgen María y el cuerpo sin vida de Jesús.

Cabe aclarar que esta interpretación sólo puede ser posible a través de los anime; ya que los *manga* o historietas tradicionales japonesas se caracterizan por ser únicamente en blanco y negro, motivo por el que la ausencia de color haría imposible realizar este tipo de interpretaciones en las imágenes representadas.

Para concluir con este apartado, señalaré que desgraciadamente la aceptación e identificación que ha logrado esta serie a nivel internacional hizo posible que rápidamente fuera relacionado por el diario belga *Le Dernière Heure* en octubre de 2007,

con un asesinato en dicho país, pues se encontró una nota en japonés con el texto “yo soy Kira”. (Dupont, G., 2007).

## Conclusiones

Los productos culturales audiovisuales son representaciones ricas en elementos propios de las culturas de los que son originarios, mismos que pueden ser identificados fácilmente para los miembros de dichas sociedades y para aquellos que cuenten con la información sobre los elementos que representan, al ser formas simbólicas.

Este es el caso de las animaciones japonesas o *anime*, los que cuentan con elementos culturales propios de la civilización asiática de la que son producto, pero como en el caso de *Death Note* y a consecuencia del fenómeno de globalización comercial que se vive e impacta a nuestro planeta, cada día presentan y muestran elementos que puedan identificar las nuevas audiencias.

Los elementos que se ejemplificaron dentro del presente escrito son en parte japoneses y en parte occidentales. De los propios nipones encontramos la cromática: en occidente las culturas judeocristianas tienden a vincular los valores y elementos positivos con los tonos azules, retomando al cielo como elemento de bondad, de la divinidad, de la pureza y de su cercanía a Dios. Por el contrario, los colores rojizos son vinculados con los personajes que representan la maldad, los antivalores o “las llamas del infierno”.

Diversas cintas animadas retoman este tipo de elementos — como *La princesa y el sapo* (2009) de los estudios Walt Disney, por citar un ejemplo— sin embargo en los productos japoneses como la cinta *Pokémon: la película* o el ejemplo abordado anteriormente de la serie *Death Note*, presentan que los colores para los nipones se encuentran invertidos.

Sin embargo, como vimos en el caso de las obras de Miguel Ángel adaptadas para la introducción de la serie, ahora los elementos simbólicos también son retomados de occidente. Las audiencias externas cada vez cobran mayor importancia para el destino de los productos culturales y por ello, son tomadas en cuenta por los realizadores al momento de su realización. Es valioso para ellos que, al ver adaptaciones de obras de arte universalmente conocidas, los receptores puedan entender y comprender mejor el contenido de la historia y los valores que desea reflejar.

Ciertamente, no es el generar asesinatos o “purificar al mundo” lo que buscan los dibujantes y escritores mostrar a los consumidores: son los sentimientos y emociones propias del ser humano. Partamos de la adaptación gráfica de *La piedad*: es el sentimiento del dolor, la tristeza, el sufrimiento emocional. Si bien, podemos argumentar que en el caso de la obra de Miguel Ángel es una madre sufriendo por su hijo, mientras que en la historia nipona se trata de dos enamorados, una suerte de Romeo y Julieta; la emoción que enfrentan ambos casos es comprendida universalmente: la pérdida de un ser querido.

Este duelo, que en el caso de la serie *Death Note* se vuelve el *leitmotiv* o el motivo que guía la vida de la agente Misora, puede ser comprendido mejor por las audiencias al ver este elemento gráfico, esta reinterpretación de las obras artísticas, pues impacta y comunica emociones al retomar y re-significar elementos

culturales universales.

Como también vimos anteriormente, la multiculturalidad siempre se ha presentado entre los productos occidentales y orientales, sin embargo la globalización ha facilitado que llegue a cobrar una mayor relevancia, por lo que lo mismo se ven adaptaciones y reinterpretaciones de productos japoneses en occidente como es el caso de cintas como *Dragonball evolution* (2009) o la misma *Death Note*; o el caso inverso, en el que se han realizado versiones japonesas de productos norteamericanos como *Las chicas superpoderosas* (2002) o *Supernatural: el anime* (2011).

Por ello, podemos concluir que debemos considerar a las animaciones japonesas como elementos para introducir y conocer el contexto del país del cual son originarios, con la finalidad de identificar mejor el país al que pertenecen y comenzar a observarlos como algo más que un simple producto lúdico, puede ser utilizado para una mejor comprensión y entendimiento de la sociedad oriental de la que surgieron.

## Notas

1 Las transcripciones y las imágenes capturadas corresponden a la versión con doblaje al español transmitidas por el Canal Animax. Recientemente puede ser vista a través de la plataforma Netflix.

## Bibliografía

- Freud, S. (1930). *El malestar en la cultura*. Argentina: Amorrortu.
- Nakagawa, H. (2006). *Introducción a la cultura japonesa*. España: Melusina.
- Napier, S. J. (2007). *Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West*. Estados Unidos: Palgrave MacMillan.
- Schodt, F. (1998). *Manga! Manga! The world of Japanese comics*. Japón: Kodansha International.
- Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?*. Argentina: Amorrortu.
- Thompson, J. B. (2002). *Ideología y cultura moderna, teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM-Xochimilco.
- Fuentes electrónicas**
- CANAL 22 - CONACULTA (2007). *Anime y manga*. Conaculta. Disponible en: <http://www.canal22.org.mx/anime/animemanga.html> [Consultado el 23 de agosto de 2008]
- Clyde, P. H. (2009). Review Aliens in the East: A New History of Japan's Foreign Intercourse. *The Mississippi Valley Historical Review*, Vol. 24, No. 4 (Mar., 1938), pp. 580-581. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/1947094> [Consultado el 20 de agosto de 2009]
- Dupont, G. (2007). Un tueur psychopathe. *Le Dernière Heure*. Disponible en: <http://.dhnet.be/infos/faits-divers/article/185974/un-tueur-psychopathe.html> [Consultado el 29 de mayo de 2009]
- IGN (2009). *Death Note goes american*. IGN.com, Disponible en: <http://movies.ign.com/articles/978/978753p1.html> [Consultado el 20 de septiembre de 2009]
- IMDB (2009). *Death Note*. *Internet Movie Data Base*, Disponible en: <http://www.imdb.com/title/tt1241317/> [Consultado el

20 de septiembre de 2009]

Tanaka, T., (2009). *Cómics y animación japonesa (6). El héroe en la historieta mexicana y el anti-héroe en el cómic japonés*. Disponible en: <http://www.mexicoasia.com.mx/pdf/Japones/COMICS-6-LIGAS.pdf> [Consultado el 20 de septiembre de 2009]

**Serie animada japonesa**

Estudio Madhouse (2006). *Death Note*, Dir. Tetsuro Araki, Nippon Tv, Japón.

# Entre el mundo *amateur* y el mundo comercial: un boceto del movimiento *Vocaloid* en Japón

La investigación en México sobre  
Cosplay, Anime y culturas de  
aficionados

© The Author(s) 2021  
ISBN( 電子 ):978-4-910171-07-4  
<https://nichibun.repo.nii.ac.jp>

国際日本文化研究センター  
プロジェクト推進室  
International Research Center for  
Japanese Studies,  
Promotion Office

Álvaro David Hernández Hernández

International Research Center for Japanese Studies

## Resumen

En este artículo presento una breve introducción del llamado “movimiento Vocaloid” y su desarrollo en Japón. Vocaloid es el nombre del *software* desarrollado por la compañía Yamaha, capaz de sintetizar una voz cantante usando una computadora y una librería de voz. Vocaloid se popularizó en Japón después del lanzamiento en 2007 de la librería Hatsune Miku, por Crypton, iniciando una ola de creaciones de canciones y obras derivativas por aficionados. Esta ola inició su decaída alrededor de 2015. Este tipo de fenómenos se hicieron populares después de 2006 bajo el nombre de CGM (contenidos generados por consumidores, por sus siglas en inglés) y son también vistos como parte de las culturas participativas. En Japón ha sido analizado también enfocándose en las características de las plataformas mediáticas que recibieron las actividades de producción *amateur*: en particular el sitio de videos Nico Nico Dōga. Además de estas aproximaciones, en este artículo sostengo que Vocaloid se volvió popular en particular porque logró iniciar un movimiento que contaba con una orientación específica.

## Introducción

El presente artículo no puede hacer justicia de la compleja historia, amplitud y diversidad del género de producción *amateur* de canciones, imágenes, videos y otras actividades conocido como *Vocaloid*, llamado también “fenómeno *Vocaloid*”, “fenómeno Hatsune Miku” y en ocasiones “movimiento *Vocaloid*”. *Vocaloid* como género se expandió principalmente a partir del año 2007 en una extensa red que, no exenta de conflictos y contradicciones, fue capaz de conectar las estructuras de lo que en Japón se conoce como mundo *dōjin* o *amateur*, con la cultura comercial de masas. La historia de este género sobrepasa la categoría de *Vocaloid* y debe entenderse más bien dentro de las numerosas prácticas gestadas en torno al consumo y la producción de textos culturales en Japón. Sin embargo, el auge particular experimentado por *Vocaloid* le dio un peso y distintividad particular. En este artículo, dejando de lado numerosos detalles, enfocaré este género del mundo *amateur* de la cultura popular japonesa, en la calidad que tuvo como *movimiento* en Japón; es decir, una actividad transformadora con principio, fin y dirección.

En Japón se ha escrito mucho sobre *Vocaloid*. Desde análisis de distintos tipos, hasta manuales o artículos explicativos de cómo crear música, videos, etc. Por ejemplo, partiendo de un enfoque en la cultura *amateur* y sus actividades, el ímpetu que tuvo este género o fenómeno ha sido comúnmente analizado des-

tacando sus determinaciones tecnológicas o mediáticas, como por ejemplo Hamano Satoshi (2008a, 2008b, 2012) o Hamasaki y Takeda (2008), o dando un especial énfasis al papel del popular *software* y personaje ficticio Hatsune Miku, (Ideguchi 2012), como hace el número especial de la revista *Bijutsu techō* (2014) o la gran cantidad de artículos que se encuentran en revistas académicas y comerciales. Otros autores como Shiba (2014) han dado más énfasis a la cultura de música electrónica que precedió e influenció a los músicos y desarrolladores técnicos que hicieron nacer el fenómeno *Vocaloid*. Los estudios que enfatizan las características económicas y legales, como las entrevistas y análisis reunidos por *Studio Hard Deluxe* (2011) o los mismos artículos de Kenmochi Hideki (2012), creador del *software Vocaloid* e Itō Hiroyuki (2012), director de Crypton, abundan en las numerosas facetas del fenómeno.

Desde una perspectiva más general y no limitada a Japón, este fenómeno puede entenderse a partir de un amplio marco de estudios entre los que, en términos generales, destacan dos posturas principales. Por un lado un tecno-optimismo o visión positiva asociada a la reivindicación de las prácticas surgidas con base en el efecto de las tecnologías en el plano del consumo y la producción cultural. Por otro lado, destaca un pesimismo o visión crítica sobre el modo en que la producción y el consumo cultural se implican con el desarrollo tecnológico. Las “culturas participativas” señaladas por Jenkins (Jenkins 2006, 2013),

la “inteligencia colectiva” señalada por Levi (Levi 2013), son ejemplos de estas corrientes en lo general optimistas. Entre las corrientes críticas están los trabajos de autores como Fuchs (2009) o Terranova (2000, 2004) que han enfocado las transformaciones tecnológicas en el ámbito de la producción y el consumo cultural, subrayando las formas de explotación de la actividad productiva como trabajo no remunerado (*free labour*). Desde estas perspectivas contrastantes *vocaloid* podría definirse (y se ha definido) rápidamente por un lado, como una “democratización de la cultura”, y por el otro lado, como un ejemplo de la explotación y mercantilización de la interacción social generada por las “culturas participativas”.

La perspectiva desde la cual abordo el tema en este artículo, es decir, *Vocaloid como movimiento*, aunque es complementaria a las arriba mencionadas, también destaca una faceta que ha sido menos abordada del mismo. Esta es, la dirección que el movimiento asumió para permanecer entre dos lógicas diferentes; la lógica comunitaria y cerrada del mundo amateur y la lógica comercial y abierta del mundo comercial. *Vocaloid como movimiento* reunió dos mundos típicamente polarizados en Japón; el mundo conocido como la *subcultura*, al cual pertenece la producción *amateur* del mudo *dōjin*, con el mundo comercial y masivo. Al enfocar algunos elementos en el origen del movimiento *Vocaloid*, mi objetivo es presentar una introducción sobre el papel que éste jugó al situarse entre estos dos mundos, y argumentar que junto a las importantes determinantes tecnológicas y mediáticas que posibilitaron el movimiento y le dieron *forma*, fueron las actividades y experiencias acumuladas del mundo *amateur* las que le dieron *dirección*, haciendo precisamente de *Vocaloid* un movimiento.

Este artículo está basado en la investigación que realicé para mi tesis doctoral (Hernández 2016) en la Universidad de Kobe, retomando parte del material ya expuesto en esta de una forma sintética y reelaborada para los objetivos del presente artículo. La totalidad de ésta investigación la realicé en Japón, en su mayor parte entre los años 2013 y 2015, e incluyó entrevistas con 24 diferentes personas considerados clave por su relación con el movimiento *Vocaloid*. La investigación también incluyó la participación en algunos de los eventos representativos del género *Vocaloid* y géneros relacionados como la música *amateur*, *manga* e ilustración *amateur*, baile *amateur*, o *cosplay*.

## Vocaloid como herramienta o software

*Vocaloid* es el nombre comercial de un *software* que sintetiza voz, producido por Yamaha. Es usado principalmente para producir canciones usando una computadora y sin la necesidad de cantar por uno mismo, o pedir a alguien que cante para grabar su voz. El producto, según explica su inventor Hideki Kenmochi (2012) está formado por tres elementos: 1) una interfaz, mediante la cual el usuario introduce las notas y letras necesarias para producir una canción; 2) una base de datos o librería, que está integrada de fragmentos de voz originalmente grabadas de una voz humana; y 3) un motor, que sintetiza los sonidos grabados acorde con las notas y la letra introducida por el usuario para producir una voz cantante. El usuario puede utilizar otros programas para mezclar y producir música en la computadora o agregar audio grabado de una interpretación real. El producto

final son canciones cantadas por una voz sintética, que dependiendo de la destreza del usuario y la calidad del motor sintetizador y la librería, pueden sonar sorprendentemente parecidos a una voz real. Parte del encanto inicial de este *software* radicó en ofrecer al usuario un cantante sintético, siempre a la mano y a bajo costo.

Las voces que puede sintetizar *Vocaloid* provienen de las librerías, de modo que estas se vuelven un elemento central a la hora de determinar la personalidad de la canción; es decir el tipo de voz. Algunas de estas librerías han sido desarrolladas por Yamaha pero la mayoría de estas provienen de otras compañías, que les imprimen su diseño y concepto. Las librerías son lo que vendría a ser el cantante, mientras que el usuario del *software* es el compositor, o como ellos prefieren denominarse, el *productor*.

Una de las librerías más famosas en *Vocaloid* es el producto llamado Hatsune Miku, desarrollado por Crypton Future Media, y lanzado a la venta el 31 de agosto de 2007. Esta librería se caracterizó, al momento de salir a la venta por el diseño de su concepto. Éste no proporcionó simplemente una voz como materia prima, sino una cantante virtual (Kenmochi 2013). Según sus creadores, la voz de esta cantante debería tener una personalidad que fuera linda (*kawaii*), como la de las chicas que dan su voz a los personajes del *anime* (Itō en Shiba 2014), pero con un diseño de imagen “inorgánico” (es decir, más semejante a un maniquí o una máquina, que a una chica de carne y hueso) (Sasaki 2008) que atrajera tanto a un mercado compuesto por aficionados a la música digital, como a los aficionados al género de personajes animados de chicas lindas (*bishojo*), popular también sobre todo en videojuegos de citas artificiales. Otras librerías precedieron a Hatsune Miku, y numerosas más, creadas por Crypton o por otras compañías, siguieron sus pasos. Pero el éxito inusitado de la librería Hatsune Miku la transformó en ícono de un movimiento heterogéneo que llegó a tener fama internacional.

En 2007, el movimiento *Vocaloid* surgió a partir del auge repentino que tuvieron tanto el *software* como los textos culturales creados mediante el mismo; y por extensión, los textos culturales y actividades creadas a inspiración de estos. Este movimiento nació de modo inesperado e independiente a las compañías que crearon los medios que le dieron base. Antes de que Crypton publicara sus “lineamientos para el uso de Hatsune Miku” y lanzara el sitio web PIAPRO en diciembre del 2007, Yamaha y Crypton no habían hecho más que poner a la venta la nueva versión de una herramienta para producir música. ¿Qué transformó a una herramienta en un movimiento?

## El movimiento como actividad transformadora y de interconexión

Hatsune Miku fue un mega éxito en ventas. Su precedente japonés, el *software* Meiko había sido un éxito moderado en el medio, logrando en su primer año una venta de alrededor de 3,000 copias. Hatsune Miku, logrando vender 40,000 copias en su primer año, rebasó todas las expectativas que tanto Yamaha como Crypton tenían en un mercado al que ya consideraban muerto (Kenmochi 2013, Shiba 2014). *Vocaloid* y Hatsune Miku alcanzaron primero gran popularidad en el medio dedicado a la música *amateur* generada por computadora (conocida en Japón como desktop-music o DTM), pero ese éxito se expandió rápi-



damente a la *subcultura dōjin del manga* y el videojuego, conformando un nuevo género dentro de las prácticas de estos grupos.

Más aún, el auge continuó creciendo hasta colocar canciones generadas con *Vocaloid*, muchas de ellas usando la voz de Hatsune Miku, entre las listas de las más populares en el mercado japonés. Este éxito en el mercado comercial es iniciando en agosto de 2008 con la salida del álbum *Re:package* por el grupo *amateur* Livetune, y publicado por la disquera Victor Entertainment Inc. Este fue el primer álbum en el mercado profesional que anunciaba ser cantado por Hatsune Miku, alcanzando el 5to lugar en las listas de popularidad (*Bijutsu techō* 2014). A esto le siguieron varios años de numerosos éxitos sumando entre muchos otros ejemplos el lanzamiento el 14 de diciembre de 2011 del tema *Tell Your World* creado por Liverune para la icónica campaña de Google Chrome “Everyone creator”. Aquí, el productor (creador) llamado Kz, a través del video musical trató de transmitir el sentimiento que el movimiento *Vocaloid* representaba para ellos en ese momento (ver la entrevista a Kz en *Bijutsu techō* 2014:32). Este sentimiento se puede describir como la emoción de participar en una inmensa red de creadores conectados por el gusto compartido en sus creaciones y una ética colaborativa. A partir de este punto, el movimiento se expandiría aún más, saliendo de su nicho de cultura *amateur*, para insertarse también en el mundo de la música industrial; llegando a mezclarse con la actividad de artistas profesionales de gran fama como *Bump of Chicken* en Japón o *Lady Gaga* en Estados Unidos.

El crecimiento repentino de *Vocaloid* como género creativo, musical, y como movimiento, se dio sobre la base de una amplia red de creadores *amateur*, dedicados a producir canciones, videos, animaciones, ilustraciones, novelas, y cualquier cosa relacionada con *Vocaloid* o los personajes ficticios que daban personalidad a sus librerías de voz. Estas actividades formaron una gran base, en la que participar o ser parte del movimiento *fuera como fuera* era lo más importante. Componer una canción o hacer un dibujo, escribir un poema, hacer *cosplay* o cantar o bailar canciones de *Vocaloid*, cualquier actividad era un modo de participación. Aquí el trabajo *creativo u original* en sentido estricto era en gran medida secundario.

Este movimiento no solo se expandió desde su base *amateur*, también se dio en sinergia con la subsecuente participación de grandes compañías disqueras como Sony Music o Victor Entertainment, la compañía de videojuegos SEGA, la cadena de Karaoke JOYSOUND, el gigante fabricante de figurines y coleccionables Good Smile Company, y subsecuentes comerciales corporativos (FamilyMart, Toyota, Google Chrome, Domino's Pizza, etc.). Esto es, una amplia gama de compañías cuyos productos o mercadotecnia estaban basados en la gran productividad de los aficionados de *Vocaloid*. A través de estas compañías, muchos aficionados tuvieron la oportunidad de colocar sus obras como productos de consumo masivo.

Con la salida a la venta de Hatsune Miku, el auge de *Vocaloid* pasó en el breve lapso de un año, de la subcultura a la cultura masiva. Al mismo tiempo, este auge como movimiento empezó a experimentar también sus limitaciones. Así, cuando yo terminaba de realizar mi investigación en 2015, el movimiento *Vocaloid* experimentaba una escisión entre cultura comercial, y un regreso al mundo subterráneo de la subcultura *amateur*. Esta escisión se manifestaba en las opiniones opuestas ante el

percibido declive en la popularidad de *Vocaloid*, y un sentimiento de decepción entre varios de los iniciadores del movimiento. Decepción que no se expresaba ante el declive comercial, sino ante la actitud pasiva que empezaba a transformar al movimiento en un simplemente género más de consumo.

Por ejemplo en 2015, el “fin del movimiento *Vocaloid*” se percibía por algunos de sus iniciadores, como “la vuelta a la normalidad”, como lo expresaron en entrevista Mienohito (creador del video para la icónica canción *Senbonsaura*) y Kobayashi Onikis (autor de la popular canción *Saihate*) (Hernández 2016). Esta “vuelta a la normalidad” resume en cierto modo lo que había sido el movimiento para ellos. Es decir, en su ascenso a la popularidad, *Vocaloid* no sólo había conectado las actividades de mucha gente que por lo común habían estado desconectadas (compositores, dibujantes, programadores, bailarines, cantantes, etc., todos ellos relacionados entre sí como aficionados). Ese movimiento que conectó la actividad de mucha gente, también había transformado algo. Era precisamente ese movimiento de transformación lo que parecía llegar al fin de una etapa, y con ella, al fin de *Vocaloid* como movimiento.

*Vocaloid* como género no solo se expandió de la cultura subterránea *amateur* a la cultura comercial. También se diversificó conectando en una amplia red la actividad de personas dedicadas a aficiones diferentes. Esta red heterogénea tuvo una segunda característica importante; el proporcionar un especial protagonismo a la cultura de aficionados *dentro o a la par* de la cultura comercial y ya no solo *en oposición* a la cultura comercial. Este difícil equilibrio fue percibido como transformador y le dio a *Vocaloid* el claro sentido e ímpetu que caracteriza a un movimiento. En este caso, uno del cual todos podían verse como participantes y aún más, como protagonistas.

## Hacia una nueva economía entre el *mainstream* la subcultura

Como fue evidente desde su inicio, la sinergia entre aficionados y compañías significó la mercantilización del movimiento *amateur*, es decir, la transformación de los productos y recursos del movimiento en recursos capaces de ser explotados económicamente por terceros. Sin embargo, el carácter transformador que daba su auge y dirección al movimiento, radicaba al menos en parte, en el modo en que esa mercantilización tuvo lugar. En términos generales, este modo de mercantilización puede entenderse como un ejemplo de lo que se ha denominado “contenidos generados por el usuario” o “medios generados por el consumidor” (respectivamente UGM y CGM por sus siglas en inglés). Este es un concepto que surge en paralelo al auge experimentado por el concepto de plataforma (Gillespie 2010) y la transformación del papel de los medios de comunicación desarrollados en internet, principalmente a partir del auge de la llamada Web 2.0 en 2006 o YouTube (McGuigan, 2009, comenta este auge desde una visión crítica).

Tal como en el caso de las redes sociales, paradigmáticas de este tipo de contenidos (UGC) y plataformas (CGM), los consumidores de los medios aparecen ahora también como los productores de contenidos; mismos que por lo común son creados a través de la interacción entre usuarios. A la vez, estos medios se especializan ya no en la producción de contenidos, sino en

proporcionar un ambiente adecuado para albergar o fomentar dicha interacción, tomando el papel de administradores y ya no de productores de contenidos.

En este contexto se puede decir que *Vocaloid* como movimiento surgió en 2007. Esto se debe no solo al éxito de Hatsune Miku, sino a la coyuntura que se dio con la aparición de este tipo de medios. Así, este movimiento surgió un año después de la Web 2.0 y se puede considerar como una de las primeras expresiones ya maduras de esta en Japón. Sin embargo, como deseo argumentar en este artículo al enfocar algunos detalles en su origen, este movimiento se distingue no solo por sus plataformas (la Web 2.0 y Nico Nico Dōga, actual nico nico), sino también por la forma en que se nutrió de diversas corrientes, en donde destaca una cultura de producción *amateur* fuertemente institucionalizada y diversificada, así como por la manera en que estas distintas corrientes pudieron converger en un movimiento con una identidad fácilmente identificable.

Desde esta perspectiva, se puede entender el movimiento *Vocaloid* como una etapa de adaptación entre grandes transformaciones en la economía de los medios electrónicos, y las prácticas de un sector de las diversas corrientes que forman las culturas *amateur* ya existentes en Japón, es decir, las *subculturas* del mundo del *dōjinshi*. En esta etapa, los usuarios (tanto creadores como consumidores) y las compañías involucradas exploraron las nuevas posibilidades y los límites que estos cambios traían. Estos cambios fueron experimentados en los primeros años del movimiento como una verdadera revolución, que, aunque en escala reducida, transformaba las relaciones fundamentales que dividían al mudo *amateur* del mundo de las industrias culturales profesionales. Por ejemplo, en el campo de la producción, la mercantilización de contenidos generados por usuarios transformaba la relación entre trabajo y afición, o entre creadores profesionales y creadores aficionados. En el campo del consumo, la importancia económica que llegaron a tener los trabajos de aficionados en el mercado cultural japonés parecía reestructurar las fronteras entre la cultura subterránea y la cultura masiva.

En resumen, dentro de la nueva economía que hacía posible las innovaciones asociadas a la Web 2.0, *Vocaloid* representó en el contexto japonés la convergencia de dos ámbitos del consumo cultural que se definían por encontrarse en oposición. Estos son, por un lado el mundo industrial, constituido por contenidos estandarizados para la producción masiva, creados con una alta calidad profesional y perfeccionados a través de una racionalidad de competencia dirigida al mercado. Por el otro lado, el mundo artesanal, inundado de contenidos diversos, fragmentarios, inusuales y por lo general de poco alcance, de calidad variable y cuya producción es motivada por la lógica irracional (o una *racionalidad emotiva*) del gusto personal y la interacción social. Sin importar las numerosas relaciones que existen entre estos dos mundos, estos han conformado en Japón territorios claramente demarcados. Uno como el *main-stream*, y el otro como la *subcultura*. Son el anverso y el reverso de la cultura de consumo en Japón.

La opinión del productor de *anime* Sakuragi Susumu es un ejemplo que expresa directamente la postura que desde el medio del *anime* y el *manga* ha mantenido ambos mundos claramente separados. Al preguntarle su opinión sobre el movimiento *Vocaloid*, Sakuragi resaltó que aunque la mezcla del mundo *amateur* y profesional es algo que siempre ha existido de algún modo en

el medio, el mantener una clara distinción entre ambos ha sido importante para mantener vivo el medio del *manga* y el *anime*, es decir, para mantener los sueldos de los profesionales que trabajan en él (Hernández 2016, p 145-7). La aparición de *Vocaloid* como movimiento significaba para Sakuragi “un suicidio” comercial por obvias razones; vuelve prescindibles a los productores, editores, y creadores en general, sin importar en última instancia que éstos sean profesionales o no.

Lo que *Vocaloid* parecía lograr en sus primeros años, era crear la sinergia entre estos mundos opuestos casi por definición *sin llegar al suicidio*. Es decir, encontrar un balance entre el juego y la afición y el trabajo remunerado. Para los que lo entendieron así, en su momento o en retrospectiva, el movimiento fue verdaderamente innovador. El hecho de que la utopía que el movimiento parecía realizar haya sido en verdad sostenible, es algo que aún está por verse. Lo que es claro, es por qué un movimiento similar no se inició, y no hubiera podido iniciarse, desde el centro del mundo del *anime* y el *manga*, es decir, por productoras de contenidos, lo cual nos regresa al principio de esta historia. *Vocaloid* y Hatsune Miku, que fueron el centro del movimiento, *no son contenidos, son herramientas*. Ni Yamaha ni Crypton tenían la intención ni las posibilidades de desarrollar y comercializar contenidos, como lo han afirmado en numerosas ocasiones Kenmochi Hideki, creador de *Vocaloid*, e Itō Hiroyuki, director de Crypton. Sin embargo, en el caso de Hatsune Miku, ésta pasó de ser simplemente una herramienta a tener una doble naturaleza; por un lado la de *software*, incluyendo el sonido de la voz, y por otro lado la de personaje ficticio, incluyendo el diseño visual y la personalidad impregnada en la voz. Esta primera distinción en la naturaleza de Hatsune Miku fue aclarada con fines prácticos y legales por Itō por ejemplo, en su definición de Hatsune Miku como interfaz (Itō 2012), y es una de las claves para entender cómo se logró el difícil equilibrio que el movimiento *Vocaloid* pudo sostener entre el mudo comercial y el mudo *amateur*.

## La forma del movimiento: arquitecturas para la productividad colaborativa

Los UGC y los CGM, el sitio web Nico Nico Dōga, y la definición de Hatsune Miku como interfaz, son elementos entre otros que dieron forma al movimiento, sin embargo, estos no le imprimieron su dirección. Las características técnicas de los medios y sus implicaciones en facilitar la capacidad productiva del movimiento *Vocaloid* y servirle de plataforma, han sido analizadas como un factor determinante en la naturaleza del movimiento. Esta visión en la que abundan varios autores, puede ser representada por lo que Hamano describió como arquitecturas en el contexto del internet (2008); pero que también pueden entenderse en otros sentidos como por ejemplo el sentido legal. Sin restar importancia a esta perspectiva ni a las arquitecturas mismas que restringen o potencian las actividades de los sujetos en el internet, señalaré a continuación que esta forma dada por las llamadas arquitecturas se adaptó también a las estructuras de las culturas *amateur*, formadas desde las prácticas y experiencias de los sujetos que iniciaron el movimiento y le dieron dirección. Para ejemplificar esto me centraré primero en la forma, enfocando algunos detalles del argumento de Hamano sobre las arquitecturas. Después enfocaré dos ejemplos en las prácti-



cas y experiencias de los grupos iniciadores del movimiento, que desde mi perspectiva crearon una estructura de referencia moral o un *ethos*, que le imprimieron una dirección particular al movimiento, es decir, un sentido y una finalidad.

El surgimiento del sitio de videos Nico Nico Dōga (una especie de versión japonesa de YouTube) y la arquitectura de plataformas (Hamano 2008, 2012), a lo que además podemos sumar el estudio de la productividad colectiva de sus redes (Hamasaki y Takeda 2008), es uno de los elementos que han atraído una considerable atención dentro del fenómeno *Vocaloid*. Nico Nico Dōga le dio forma y lugar al movimiento al recibir y a la vez posibilitar su dinámica “participativa”. La primera versión o prototipo de este sitio fue lanzada en diciembre de 2006 por la compañía Niwango. Inc., que se dedicaba a desarrollar sitios para comunidades en internet. El servicio *beta* de Nico Nico Dōga inició en el 15 de enero de 2007 y el lanzamiento de la versión *gamma* en marzo hizo accesible al sitio a los usuarios en general (Studio Hard Deluxe 2011, Shiba 2014). En la opinión de muchos, fue precisamente la *plataforma* que Nico Nico Dōga dio al movimiento, lo que hizo de Hatsune Miku un éxito. Hamano Takeshi, inventor del término “*n-ji sosaku*” u “obras de *n-generación*”, es uno de los autores más reconocidos que ha abordado este tema desde su perspectiva centrada en las arquitecturas del internet.

Hamano retoma del afamado abogado Lawrence Lessig (2001) el término de “arquitecturas” y “ecosistemas” para abordar la diversidad de estructuras en el internet que permiten el surgimiento de innovaciones (Hamano 2008 p 313-17). Entiende estas arquitecturas en parte como una forma de poder basada en la administración de entornos; es decir, las arquitecturas como una forma técnica e invisible de reglamentar la actividad de los usuarios en internet, y las considera bajo una luz positiva, como una manera en la que se puede modelar la sociedad (Hamano 2008:15-22). Es desde esta especie de visión optimista de lo que otros han visto como una sociedad de control, que Hamano analiza las características que le permitieron al sitio web Nico Nico Dōga albergar (o en la visión de Hamano, *posibilitar*) el ímpetu creativo que mostró el movimiento desde sus inicios.

Hamano describe primero cómo el sitio Nico Nico Dōga genera una especie de sincronía artificial entre sus usuarios; es decir, genera la experiencia artificial de estar viendo los videos en compañía con los otros usuarios al permitir poner comentarios que serán reproducidos sincronizados sobre la imagen del video cuando éste vuelva a reproducirse. Después, al enfocarse en *Vocaloid* y la gran cantidad de producción *amateur* que lo caracteriza, destaca la importancia de la lógica colaborativa para la producción de nuevos contenidos, similar a lo que ocurre en Wikipedia y el movimiento de software de código abierto. En este sentido, Hamano propone el término “*n-ji sosaku*” (obras de *n-generación*) (2008:249) en distinción al comúnmente usado “*ni-ji sosaku*” (obras de 2da generación, el equivalente japonés para “obras derivativas”) para describir cómo las obras de *Vocaloid* no son solo derivaciones de un original, sino que son solo un eslabón en una larga cadena de derivaciones.

Finalmente, Hamano propone que el movimiento *Vocaloid* (o en sus palabras el “*fenómeno Hatsune Miku*”) se distingue del movimiento de software de código abierto por carecer de un estándar de objetividad que permita evaluar la calidad de las obras. Es decir, las obras en *Vocaloid* no pueden ser evaluadas

objetivamente por su utilidad, como lo sería un artículo en Wikipedia. Éstas son más bien evaluadas subjetivamente, según el gusto personal. Este carácter subjetivo del juicio de evaluación, señala la falta de un estándar objetivo. Para Hamano, es precisamente un estándar de objetividad al momento de juzgar las colaboraciones lo que garantiza la productividad de las obras colaborativas (como Wikipedia). Entonces, para explicar la productividad colaborativa del fenómeno *Vocaloid*, Hamano sugiere que la arquitectura del sitio Nico Nico Dōga, permite generar lo que él llama una “objetividad delimitada” (2008:257); es decir, una objetividad generada a partir de la experiencia subjetiva *compartida* al momento de ver las canciones y videos de *Vocaloid*. Para Hamano, la sincronía artificial que produce Nico Nico Dōga permite *compartir* la evaluación subjetiva de los videos y convertirla, a través de la creación de tendencias, en un estándar objetivo. Hamano posteriormente pormenoriza este argumento (2012) que en esencia enfoca la arquitectura de Nico Nico Dōga como lo que permitió al movimiento *Vocaloid* alcanzar su ímpetu y productividad.

## La dirección del movimiento: bases subterráneas y experiencias cercanas

Es un hecho que el movimiento inició su vertiginoso ascenso en 2007, a partir de la salida a la venta de Hatsune Miku y sobre la plataforma proporcionada por Nico Nico Dōga. Sin embargo, la gran cantidad de canciones, videos y material que generó el cuerpo inicial del movimiento no tuvieron una generación espontánea. Lo mismo se puede decir de la gente con la habilidad requerida para producir esos videos y canciones, y de sus prácticas. Así, gran parte del material que dio su primera fama a *Vocaloid* era material que existía ya acumulado, esperando el elemento faltante que le permitiera salir a la luz. En muchos casos lo que faltaba era que ese material pudiera ser simplemente descubierto o encontrado por otros. En otros casos, faltaba el elemento clave de la voz que completara las canciones que ya habían sido compuestas y que no tenían a nadie que las cantara. A muchos, lo que les faltaba era el valor de sacar al público canciones con letras tan personales, o más aún, valor para cantarlas o pedirle a alguien que las cantase. Estos son comentarios que obtuve de autores que iniciaron su actividad en *Vocaloid* a los primeros meses después de que el movimiento iniciara. De modo que cuando Hatsune Miku salió a la venta, ella y *Vocaloid*, en conjunto con el sitio de internet Nico Nico Dōga, se convirtieron en el medio a través del cual se liberó una gran cantidad de energía acumulada.

A esta gente que creó el material que dio cuerpo e impulso al movimiento, a la gente que tenía la habilidad técnica para crearlo, podemos llamarles las bases subterráneas del movimiento. Estas bases tienen diferentes historias, orígenes, tradiciones, gustos y orientaciones, y formaban corrientes diferentes dentro de la *subcultura* que confluyeron en el movimiento *Vocaloid*. Principalmente estas bases estaban constituidas por las siguientes subculturas:

A) La cultura de aficionados a la música electrónica *amateur*, o “música de escritorio” (llamada en Japón *desktop-music* o DTM) que poco tenía que ver con el mudo de los aficionados al *anime*, (ver por ejemplo Shiba 2014 o , Tomota 2008)

B) La vertiente musical de la cultura *dōjin*, o música de aficionados (música *dōjin* o *dōjin-ongaku*), gran parte de la cual está ligada a la cultura del *anime*, *manga* y videojuego; en particular, a los subgéneros denominados de “chicas bonitas” (*bishojo*) y los simuladores de citas (Ideguchi 2012, Tomita 2008).

C) La naciente cultura MAD, o cultura dedicada a hacer videos de parodia mezclando recursos existentes como música, imágenes, y video, también asociada en gran medida al mundo de la animación (Koizuka 2012).

Sin señalar las particularidades de cada una de estas vertientes y sus historias, baste decir que estas bases contaban con prácticas de producción e intercambio basadas en una determinada moral enfocada a la producción *amateur*. Es decir, estas bases contaban con ideas prácticas sobre lo que serían conductas deseables e indeseables relacionadas con la realización de sus actividades en relación con los otros aficionados, formando un sustrato de prácticas y experiencias previas que heredaron al movimiento. Estas bases fueron las mismas que experimentaron las posibilidades y límites que *Vocaloid* implicaría. Dos ejemplos de esto son la llamada “generación MIDI” y la comunidad “Nyappon”.

En cuanto a la “generación MIDI”, se debe destacar lo que en el mundo subterráneo de la música electrónica japonesa de aficionados DTM se conoció como el “incidente MIDI”. La generación MIDI estaba formada por aficionados dedicados a programar manualmente en formato MIDI música y canciones famosas, distribuyéndolas por las redes de aficionados que se extendían en internet a través de sitios personales o foros como el popular “2Chanel” (*ni-chaneru*). Las prácticas de esta llamada “generación MIDI” experimentaron un cierto auge que llevó a que la asociación que administra los derechos de autor de la música en Japón llamada JASRAC (Sociedad Japonesa de Derechos de Autores, Compositores y Editores) iniciara una labor de persecución por infracción de derechos, trayendo por consecuencia el fin de dicha incipiente cultura MIDI. Este caso es recordado como el “incidente MIDI”, y sentó un importante precedente a los antagonismos, conflictos y subsiguientes negociaciones que el mismo movimiento *Vocaloid* tuvo posteriormente con esta organización JASRAC en materia de derechos de autor.

En cuanto a *Nyappon*, esta era una pequeña red social creada en 2008 por aficionados a *Vocaloid* que instalaron un servidor y administraron de manera gratuita la actividad de los usuarios que libremente quisieran entrar. Según uno de sus administradores, esta comunidad estuvo compuesta en un principio por integrantes de la generación MIDI (ASCI 2009). Esta red social tuvo su auge antes que Twitter o Facebook se popularizara en Japón, y formó para los aficionados un lugar dónde platicar, interactuar y pasar el tiempo, formando una pequeña comunidad de aproximadamente 10 mil participantes. Este pequeño mudo de *Nyappon* fue comúnmente descrito en las entrevistas como cercano o incluso íntimo, y en general, como una especie de comunidad originaria que desapareció con la popularización de *Vocaloid* y Twitter (ASCI 2009, Hernández 2016 p261-3)

Los ejemplos del llamado “incidente MIDI” y la comunidad *Nyappon* permiten identificar un elemento importante. Este es la experiencia concreta y en pequeña escala de las posibilidades y límites que el movimiento puede tener. En cuanto a los límites, se trata de una conciencia clara de las restricciones

que involucra el mundo profesional en cuanto a la gestión de la propiedad intelectual, haciendo para muchos preferible el “no cruzar la línea” y mantenerse siempre como aficionados. Esto se relaciona con la comunidad *Nyappon* en el sentido en que ésta (a juzgar por el modo en que ha sido descrita) parece haber estado fundada en una lógica comunitaria dentro de la cual los recursos son comunes a sus participantes. Es decir; que la extracción de un recurso determinado, como lo sería el registro de una canción como propiedad intelectual de determinado *autor*, significa un agravio para la comunidad pues esta se verá privada del libre uso de ese recurso. Esta lógica comunitaria y la previa negativa experiencia del fin del movimiento MIDI, son ejemplos que explican la continua desconfianza ante la negociación con grandes compañías que caracterizó a muchos de los iniciadores del movimiento *vocaloid* en los años subsecuentes. Esto, en conjunto con las prácticas de las distintas bases subterráneas que integraron el movimiento, ayudaría a formar lo que podría llamarse una moral o un *ethos* que definiría la dirección del movimiento *Vocaloid*; *grosso modo*, explorar las posibilidades que planteaba la nueva economía de plataformas sin abandonar la lógica cooperativa del mudo *amateur*.

## Conclusiones

En este pequeño artículo he mostrado algunos elementos que permiten entender cómo *Vocaloid* pasó de ser una simple herramienta para crear canciones, a ser un movimiento que propuso cambios en el mundo de la música y las creaciones *amateur* en Japón. He querido enfatizar la naturaleza de *Vocaloid* como movimiento y enfocarme en su génesis, mostrando cómo éste partió y se compuso de una base de creadores y prácticas provenientes del mundo llamado de la *subcultura*. Enfatice también que una de sus particularidades fue que, mediante la transformación de las relaciones entre productores y consumidores, el movimiento generó vínculos entre áreas que se hallaban desconectadas, el más significativo de estos vínculos fue desde mi perspectiva, el que tendió entre el *mainstream* y la *subcultura*. Dicho de otra manera, este vínculo representó la dirección que tomó el movimiento: acercarse a la cultura comercial sin abandonar la cultura de aficionados. Esta particular dirección puede entenderse al observar las bases subterráneas que lo precedieron; las cuales no solo aportaron participantes, técnicas, y modos de organización, sino también un marco moral enfocado a las prácticas de producción *amateur*. Este marco moral y estas técnicas aportadas por las bases subterráneas, se sumaron a la experimentación en pequeña escala de los alcances y límites del movimiento que vivieron los primeros participantes a través de la comunidad *Nyappon* y el “incidente MIDI”. Estos son ejemplos de cómo a través de diversas prácticas se creó una estructura de referencia que permitió al movimiento guiarse, es decir, ponerlo en dirección para buscar el difícil equilibrio entre el mundo *amateur* y el mundo comercial. Desde esta perspectiva podemos ver que si bien las estructuras tecnológicas como la arquitectura de Nico Nico Dōga analizada por Hamano le dieron forma y medios técnicos al movimiento, es razonable decir que estas no determinaron por sí mismas la dirección que el movimiento habría de tomar.

## Bibliografía

- ASCII (2009) 100-Päsen to kifu-kin de un'ei suru, bōkaroido SNS 'nyappon', ASCII.jp 2009-10-10 <http://ascii.jp/elem/000/000/466/466194/> consultado por última vez en 2017-5-17
- Bijutsu techō (2014). Hatsune Miku. *Bijutsu shuppansha* 66(999)
- Fuchs, C. (2009). Information and Communication Technologies and Society a Contribution to the Critique of the Political Economy of the internet. *European Journal of Communication* 24(1), 69-87.
- Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. *New Media & Society* 12(3), 347-364.
- Hamano, S. (2008a). *Ākitekucha no seitaikei: Jōhō kankyō wa ikani sekkei saretekita ka*. Tokyo: NTT Shuppan.
- \_\_\_\_\_. (2008b). Hatsunemiku, aruiwa ichiba soshiki rekishi ni kansuru nōto. *Eureka (Sō tokushū hatsunemiku -- netto ni maiorita tenshi)* 40(15), 125-131.
- \_\_\_\_\_. (2012). Nikoniko dōga wa ikanaru ten de tokui nanoka: 'Giji dōki' 'N jisōsaku' 'Fluxonomy. *Jōhō kanri (CGM no genzai to mirai: Hatsunemiku, nikoniko dōga, piapuro no kiri hiraita sekai)* 53(5), 489-494.
- Hamasaki, M., Takeda, H. (2008). Hatsunemiku dōga wa dō yatte tsukurareta ka? -- Nettowaku bunseki ni yoru ōkibona kyōchō-teki sōhatsu-teki sōzō katsudō no chōsa. *Eureka (Sō tokushū hatsunemiku -- netto ni maiorita tenshi)* 40(15), 114-124.
- Hernandez, A. D. H. (2016). *Activities and Participation in the Aesthetic-Rhetoric Field of the Japanese 'Subculture'; Focusing on the Interinstitutional System of the Japanese Animation Contents Industry, the Dōjin Culture, the Cosplay Practices and the Vocaloid Scene*, Kobe University. Tesis de doctorado.
- Ideguchi, A. (2012) *Dōjin ongaku to sono shūhen: Shinseki no furu-minamoto o meguru gijutsu seido gainen*. Tokyo: Seikyūsha.
- Itō, H. (2012), Hatsune Miku as interface. *Jōhō kanri (CGM no genzai to mirai: Hatsunemiku, nikoniko dōga, piapuro no kiri hiraita sekai)* 53(5), 477-482.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. NYU Press.
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. NYU Press.
- Kenmochi, H. (2012). Utagoe gōsei no kako genzai mirai: 'Tsukaeru' utagoe gōsei no tame ni wa. *Jōhō kanri (CGM no genzai to mirai: Hatsunemiku, nikoniko dōga, piapuro no kiri hiraita sekai)* 53(5), 472-476.
- \_\_\_\_\_. (2013). [Kataru] Nihon saisei (1) bunka wa sabukaru kara. *Yomiuri Shinbun* 2013-01-05
- Kizuka, A. (2012). Nikoniko dōga no sōzō-sei: Dōga komyunitisābisu 'nikoniko dōga' no 5-nenkan. *Jōhō kanri (CGM no genzai to mirai: Hatsunemiku, nikoniko dōga, piapuro no kiri hiraita sekai)* 53(5), 483-488.
- Lévy, P. (2013). The creative conversation of collective intelligence. *The Participatory cultures handbook*, Routledge, 99-108.
- McGuigan, J. (2009). *Cool capitalism*. Pluto Press.
- Sasaki, W. (2008) Uminooya ga kataru hatsunemiku to angurakaruchā. *Eureka (Sō tokushū hatsunemiku -- netto ni maiorita tenshi)* 40(15), 8-17.
- Shiba, T. (2014). *Hatsunemiku wa naze sekai o kaeta no ka?*. Ōta Shuppan.
- Studio Hard Deluxe (ed.) (2011). *Bōkaroido genshō: Shinseki kontentsu sangyō no mirai moderu*. PHP Kenkyūjo.
- Terranova, T. (2000). Free labor: Producing culture for the digital economy. *Social text* 18(2), 33-58.
- \_\_\_\_\_. (2004) *Network culture: Politics for the information age*. Pluto Press.
- Tomita, A. (2008). Dōjin ongaku no naka ni miru 'hatsunemiku'. *Eureka (Sō tokushū hatsunemiku -- netto ni maiorita tenshi)* 40(15), 24-29.

Esta compilación contiene artículos presentados en el programa del evento:

Animaco: Primer Coloquio sobre *Anime*, *Manga*, *Cosplay* y Cultura Popular Japonesa.

Fecha: 3 de noviembre de 2016

Horario: 12:00 hrs a 18:00 hrs.

Sede: Auditorio de la Biblioteca Vasconcelos

Organizado por:

Biblioteca Vasconcelos International Research Center for Japanese Studies (Nichibunken)

Anime Latam

Círculo de Estudios sobre Subcultura Japonesa en México.

Datos de la publicación:

**La investigación en México sobre Cosplay, Anime y culturas de aficionados**

Mayo 2021

Editado por HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ Álvaro David y GUTIÉRREZ LIZARDI Alejandro.

Edición de estilo por QUIROZ CASTILLO Laura Ivonne.

Publicado por el International Research Center for Japanese Studies,  
Project Promotion Office

3-2, Goryo Oeyama-cho, Nishikyo-ku, Kyoto 610-1192 JAPAN

発行：国際日本文化研究センター プロジェクト推進室

〒 610-1192 京都市西京区御陵大枝山町 3 丁目 2 番地

ISBN(電子):978-4-910171-07-4

<https://nichibun.repo.nii.ac.jp>