

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



El anime y la identidad *otaku* en jóvenes universitarios. El caso de “Ukato no
Sekai”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

AUTORA

LIDIA ANGELLA MAGUIÑA CHÁVEZ

ASESORA

CARLA GIULIANA COLONA GUADALUPE

Lima, abril, 2021

RESUMEN

La presente investigación establece cómo es la relación entre el anime y la construcción de la identidad *otaku* en los jóvenes universitarios, en el caso del grupo “Ukato no Sekai”. Para ello, se desarrolla un estudio descriptivo con una metodología de orden cualitativo y de tipo fenomenológico, en tanto se ocupa de las experiencias de jóvenes respecto a un proceso en común. Se busca entonces, identificar los factores que hacen que el anime sea atractivo para los integrantes del grupo “Ukato no Sekai”, luego se describe el proceso por el cual se construye la identidad *otaku* de dicho grupo. El levantamiento de información tiene dos etapas. La primera etapa consiste en la observación participante de actividades organizadas por el grupo *otaku* “Ukato no Sekai” durante los meses de abril y mayo del 2017 y en la segunda etapa se hacen entrevistas a profundidad en etapas a dos fundadores del grupo, lo que permite complementar los resultados de la observación. Como resultado se verifica que la identidad es un proceso que se construye con el paso de los años. En este caso, la identidad *otaku* de los jóvenes que participaron de esta investigación, comienza a formarse en la infancia, se desarrolla en la adolescencia, se afirma en la juventud y se vive y expresa en comunidad.

Palabras clave: Anime, otaku, identidad, jóvenes.

AGRADECIMIENTOS

Al Fondo Extraordinario de Apoyo para la Investigación de Estudiantes 2020

que me permitió concluir esta investigación.

A Dios por darme la oportunidad de vivir esta experiencia en la vida.

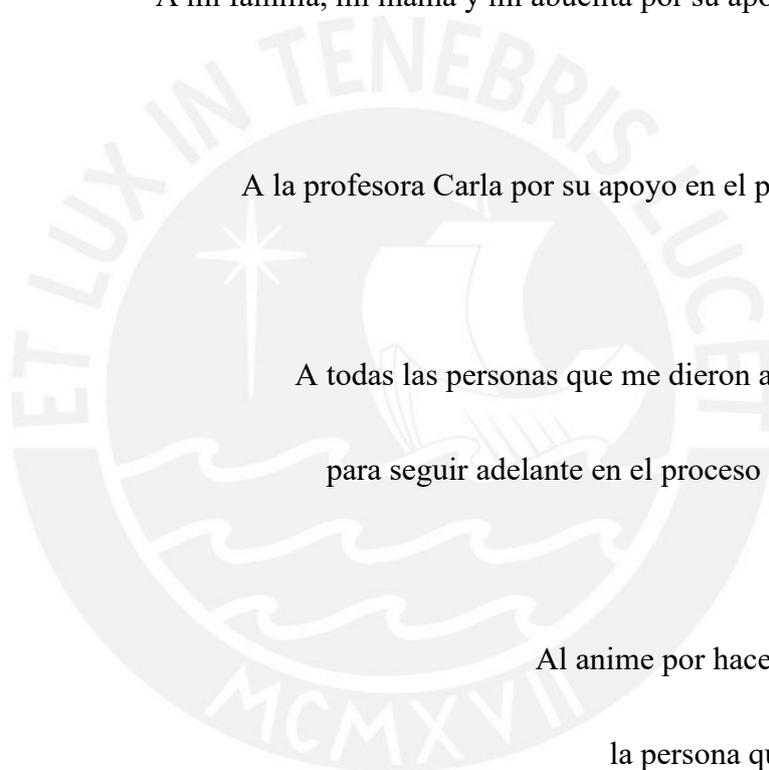
A mi familia, mi mamá y mi abuelita por su apoyo incondicional.

A la profesora Carla por su apoyo en el proceso de la tesis.

A todas las personas que me dieron aliento y apoyaron
para seguir adelante en el proceso de la sustentación

Al anime por hacerme en gran parte

la persona que soy hoy en día.



INDICE

Introducción	i
CAPÍTULO I: Planteamiento del problema de investigación	1
1.1 Justificación del tema de investigación	2
1.2 Delimitación del tema de investigación	3
1.3 Técnicas y procedimientos para recoger la información	8
1.3.1 Observación participante	12
1.3.2 Entrevistas	16
CAPÍTULO II: Manga y anime	18
2.1 Contexto histórico	18
2.2 El fenómeno de la globalización y Japón	20
2.3 El origen del manga y del anime	23
2.4 El anime y su clasificación	26
2.4.1 Clasificación demográfica	26
2.4.2 Clasificación temática	27
2.5 Características del anime	28
2.5.1 Las historias	29
2.5.2 El diseño de los personajes	31
2.5.3 La música	33
2.5.4 Técnica de animación	34
CAPÍTULO III: Identidad <i>otaku</i>	37
3.1 La identidad en los jóvenes	37
3.1.1 El consumo como proceso de diferenciación social de grupos	39
3.1.2 El anime en medios de comunicación en Lima	41

3.2 Identidad y consumo otaku	46
3.2.1 Ukato no Sekai: Grupo <i>otaku</i> en la PUCP	54
3.2.1.1 Antecedentes	54
3.2.1.2 El grupo “Ukato no Sekai”	56
CAPÍTULO IV: Resultados	72
4.1 Resultados de observación	72
4.1.1 Observación N°1	72
4.1.2 Observación N°2	79
4.1.3 Observación N°3	84
4.1.4 Observaciones generales	89
4.2 Resultados de entrevistas: Los relatos de los otakus	91
4.2.1 Entrevista a María Rosa Huerta	93
4.2.2 Entrevista a Miguel Cueva	100
4.2.3 Resultados generales de entrevistas	107
CONCLUSIONES	110
BIBLIOGRAFÍA	114
REFERENCIAS	128
ANEXOS	130
Anexo N°1: Guía de observación	130
Anexo N°2: Guía de preguntas entrevistas	131
Anexo N°3: Autorización entrevista a María Rosa Huerta	133
Anexo N°4: Autorización entrevista a Miguel Cueva	134

INTRODUCCIÓN

La presente investigación parte de la pregunta ¿Cómo es la relación entre el anime y la construcción de la identidad *otaku* en los jóvenes universitarios, en el caso del grupo “Ukato no Sekai”? Para responderla se recurrió a un estudio de orden descriptivo fenomenológico, en tanto se ocupa de las experiencias de jóvenes respecto a un proceso en común, en este caso, del grupo “Ukato no Sekai” y su identidad *otaku*. Este estudio permitió identificar los factores que hacen que el anime sea atractivo para los integrantes del grupo “Ukato no Sekai” y describir el proceso por el cual se construye la identidad *otaku* de dicho grupo.

El estudio se realizó en los meses de abril y mayo del 2017 con el grupo “Ukato no Sekai” y se hicieron entrevistas a sus fundadores, siendo la primera de ellas en el mes de junio del 2017. El grupo “Ukato no Sekai” reúne *otakus* dentro de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Cabe destacar que la palabra *otaku* no tiene una definición precisa en japonés, ya que la “o” se coloca como una forma honorífica y el carácter “*taku*” significa casa. Los *otakus* surgen de ver anime, el cual es un producto audiovisual japonés que forma parte de la industria cultural japonesa y de la estrategia política y económica del *soft power* japonés.

El presente documento está organizado en cuatro capítulos. El primer capítulo presenta el planteamiento del problema de investigación, la justificación, la delimitación del tema de investigación y las técnicas y procedimientos para recoger la información.

En cuanto al segundo capítulo “Manga y anime”, se concentra en el contexto histórico, el fenómeno de la globalización y Japón, el origen del manga y del anime, la clasificación del anime y sus características.

El tercer capítulo “Identidad *otaku*” incluye los aspectos de la identidad en los jóvenes, identidad y consumo *otaku* y a “Ukato no Sekai” como grupo *otaku* en la PUCP.

El cuarto capítulo presenta los resultados de las observaciones de las actividades de “Ukato no Sekai” y los resultados de las entrevistas de los miembros fundadores: María Rosa Huerta y Miguel Cueva.

Se concluye que la identidad es un proceso que se construye con el paso de los años. En este caso, la identidad *otaku* de los jóvenes que participaron en esta investigación comienza a formarse en la infancia, se desarrolla en la adolescencia, se afirma en la juventud y se vive y expresa en comunidad.



CAPÍTULO I: Planteamiento del problema de investigación

Iwabuchi (2002) menciona que es a partir del fenómeno de la globalización en Japón que en los años noventa acaece el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación y se convierten en medios de globalización. Es de esta manera que el *soft power* del Japón se va asentando alrededor del mundo.

En Perú, a finales de los años noventa e inicio de los 2000 acontece el boom de la señal “por cable” o televisión de paga. Fue de esta manera que se transmitieron más series anime aproximadamente en el año 1996 en Lima, para luego ir masificándose a inicios del año 2000 por todo el Perú. Es así que algunos canales con programación para niños empiezan a transmitir series anime como Pokemon (1997), Digimon (1999), entre otros.

Sin embargo, hubo un lapso de tiempo donde se transmitieron pocas series anime por señal abierta y por señal de “cable”, fue un tiempo de crisis económica en que los medios de comunicación locales redujeron su inversión en productos importados, el anime prácticamente estaba desapareciendo de la televisión peruana. Fue aproximadamente en el año 2006 que aparece, por la señal de “cable”, un nuevo canal que transmitía algunas series anime en su programación llamado “Locomotion”, que luego se convertiría en “Animax”, una cadena televisiva asiática que había inaugurado una nueva filial en Latinoamérica y que transmitía anime en la totalidad de su programación.

Pérez (2015) comenta que es debido a la masificación de los medios de comunicación en América Latina y a la llegada de nuevos productos audiovisuales, que los jóvenes configuraron su identidad a partir de estos, buscando contrariar y hacerse notar ante el adulto.

Uno de esos productos fue el anime, el cual es producto audiovisual japonés que forma parte de la industria cultural japonesa y que presenta características particulares en sus historias, estilo gráfico, música y técnica de animación.

Por lo tanto, los jóvenes al no sentirse parte de la identidad social asignada, deciden centrarse en la identidad personal y grupal, donde configuran sus pensamientos, creencias y gustos. Es de esta manera que, los jóvenes al consumir anime encuentran un espacio en el que se sienten identificados, representados y comprendidos, vinculándose a otros jóvenes que comparten sus pensamientos y gustos, formando así una nueva identidad grupal.

1.1 Justificación del tema de investigación

La industria japonesa del anime obtuvo en el año 2017 unos ingresos totales de 203.721 millones de yenes, un 8,2 % más que el año anterior (Nippon, 2018).

Esto quiere decir que el anime es uno de los productos audiovisuales que ha llamado la atención de los jóvenes, pues se sienten identificados con las historias presentadas y gustan de su gráfica particular. Siendo así que surge una nueva identidad construida a partir del consumo del anime, la cual se denomina identidad *otaku*. Los jóvenes al compartir los mismos gustos, en este caso por el anime, conformaron varios grupos *otakus* en el Perú, como Proyecto Sugoi, Club Manganime, etc.

Según el INEI (2015), en el país hay unos 8 millones 377 mil jóvenes, que representa el 27% del total de la población. Se trata de personas que están en un rango de edad de 15 a 29 años en el Perú. La población entre 15 y 29 años de edad que habita en Lima Metropolitana asciende a 2 millones 646 mil, siendo la región con mayor población joven.

Respecto al consumo de anime en Lima, Cohen y Pichihua (2007) presentaron un estudio, el cual es el único en su tipo. Se encuestó a un total de 98 personas. Los consumidores de anime

fueron 77 % hombres y 23% fueron mujeres. De los encuestados, el 90.82% eran adolescentes y jóvenes de entre 14 a 25 años, mientras que el 8.16% eran jóvenes adultos de entre 26 y 31 años, el 1.02% no dio datos de su edad. De tal manera que, en aquel momento, los jóvenes consumían anime en diferentes proporciones, el 90% eran estudiantes universitarios, mientras que el 10% no tenía alguna actividad. Respecto a la edad en la que empezaron a ver anime, el 76% lo hizo desde la niñez, entre la edad de 4 a 9 años, mientras que el 24% empezó a ver anime desde los 10 años en adelante. Respecto a en qué medio iniciaron el consumo de anime, el 38% lo hizo mediante el alquiler o préstamo de películas o series en VHS, el 29% por TV por cable, el 26% por TV local y el 7% por más de una de estas modalidades. Los productos que más compraban eran para el 66% de encuestados, dvd's de películas y series anime hecho por fans, mientras que el 34% compraba ya sea uno o varios productos como dvd's originales, fanmade, *merchandising* (polos, poleras, posters) y revistas. Además, el 60% pertenecía a algún club de fans de anime en general o de alguno en particular, siendo esta una de sus formas de integración, mientras que el 40% no pertenecía a ninguno.

De modo que el anime es un producto que los jóvenes limeños consumen en diferentes cantidades, formando así parte de su vida. El grupo *otaku* “Ukato no Sekai”, conformado por jóvenes universitarios de la PUCP, dirige sus actividades en torno a este consumo, por tanto, es el grupo idóneo para ser estudiado. Esta investigación opta por describir la construcción de su identidad otaku a partir del consumo de anime, de tal manera que se actualizará la información disponible que data de hace 13 años en los que el consumo se ha expandido y diversificado.

1.2 Delimitación del tema de investigación

Específicamente, se ha decidido escoger al grupo de universitarios llamado “Ukato no Sekai”, pues tiene disponibilidad e interés en compartir su historia como grupo. Fue fundado en Lima, en la Pontificia Universidad Católica del Perú, en el año 2010, por tres jóvenes universitarios

que se consideran a sí mismos *otakus*, pues consumen anime desde su niñez y se han conocido y unido en torno al anime. Su primera actividad pública fue la proyección de una película anime, luego se proyectaron series anime y en los últimos años han realizado concursos de karaoke de música anime, torneos de juego de cartas coleccionables, etc. Actualmente el grupo interno está conformado por 32 integrantes.

Para Gushiken y Hirata (2014)

El consumo a escala mundial de los productos de la cultura pop - mayoritariamente productos de los medios - producido en Japón, constituye un momento histórico que demuestra la ambivalencia del significado de los medios de comunicación y la producción cultural cuando se percibe en su propio país y cómo se transforma radicalmente la percepción de dicha producción a los ojos de los consumidores extranjeros (p. 1).

Según García Canclini (1995) “Se suele pensar que el consumo en sí mismo está ligado a gastos inútiles irracionales, aún se sigue pensando que son los medios masivos que incitan a las masas a consumir sin reflexionar”. (p. 41). “Algunas de las antiguas corrientes de estudios de las teorías de la comunicación solían tener este pensamiento de recepción pasiva de las masas frente a los productos culturales presentados” (Mattelart y Mattelart, 1997)

Por su parte, Bocoock (1995) afirma que “Los sujetos no tienen una actitud pasiva ante el consumo, sino que es mediante sus prácticas de consumo que van construyendo de manera activa su identidad social e individual.” (citado en López de Ayala, 2004). Asimismo, respecto a la apropiación del consumo, García Canclini (1995) comenta que

Cada destinatario tiene su forma de consumir y apropiarse de lo que desee, donde según estudios del consumo (como lugar de diferenciación N. de R.) apropiarse de los medios es parte de una distinción simbólica. Pues si alguien lo tiene, es parte de la diferenciación de

esa persona en la sociedad. Dentro de esto existe una racionalidad (podría llamarse social N. de R.) donde la ordena y le da cierta seguridad. (p. 44)

Por lo tanto, en esta investigación, el consumo será leído como un factor de diferenciación social, forjador de identidades, en un grupo de especial importancia como lo es el *otaku* y que se define a partir del consumo de anime.

El anime es un tipo de animación creado en Japón hace aproximadamente 100 años y que ha desarrollado historias, características audiovisuales, una clasificación y técnicas propias. Alrededor del anime y su consumo se ha desarrollado una industria cultural audiovisual, de la cual derivan productos como series, películas, música especializada para este tipo de animación y sobre todo la creación de una nueva identidad llamada *otaku*.

En el idioma japonés, la “o” en la palabra *otaku* se coloca como forma honorífica y el carácter “*taku*” significa casa. No tiene una definición precisa en japonés.

La identidad *otaku* basa su construcción en la cultura popular japonesa. El *otaku* es un joven, entre aproximadamente 15 a 25 años, que inició su consumo de anime mediante algún medio de comunicación. Ha logrado crear una identidad grupal, debido a que comparte características en común con otras personas. El *otaku* se cuestiona sobre los valores morales existentes en la sociedad, cree en la construcción de una sociedad justa, sus referentes son sus personajes de anime a los que admira e imita. Para entretenerse consume mayoritariamente anime y manga, su consumo es individual y en grupo, asiste a fiestas temáticas de anime y/o forma parte de algún grupo *otaku*.

Según Lawrence Eng (2006) el *otaku* disfruta de los productos que consume y los reinterpreta, no simplemente los asimila, dando lugar a expresiones *otakus* locales. La identidad del *otaku*

aparece siempre en flujo, ha adquirido significado con el paso del tiempo y su definición social aún está en debate. (De la Pena, 2006; Bogarín, 2008)

En este estudio se parte de la pregunta ¿Cómo es la relación entre el anime y la construcción de la identidad *otaku* en los jóvenes universitarios, en el caso del grupo “Ukato no Sekai”?

Se presume que existe una relación entre el anime y la construcción de la identidad *otaku* en los jóvenes universitarios, observable en el caso del grupo “Ukato no Sekai” que tiene un proceso particular vinculado con el consumo.

El principal objetivo de esta investigación consiste en establecer las características de la identidad *otaku* y su relación con el anime en los jóvenes universitarios, en el caso del grupo “Ukato no Sekai”.

Se trata de un grupo que reúne desde el año 2010 a estudiantes universitarios que se definen como *otakus* y se vinculan alrededor del consumo del anime, producto audiovisual japonés que presenta características particulares como las historias, la gráfica, la música y la técnica de animación.

Se buscó entonces, en primer término, identificar los factores que hacen que el anime sea atractivo para los integrantes del grupo “Ukato no Sekai”. Luego, se describió el proceso por el cual se construye la identidad *otaku* de dicho grupo.

El diseño metodológico elegido para esta investigación es de tipo descriptivo fenomenológico, ya que se concentra en las experiencias comunes de varias personas respecto a un proceso en común, en este caso, del grupo “Ukato no Sekai” y su identidad *otaku*. El proceso de levantamiento de información tuvo dos etapas. La primera etapa consistió en la observación participante de dos de las proyecciones de series anime y del concurso de karaoke anime que

se realizaron en los meses de abril y mayo del 2017 y en la segunda etapa se realizaron entrevistas a profundidad en etapas a dos de los tres fundadores del grupo.

Para la observación participante de las actividades del grupo se diseñó una guía de observación que permitió describir el espacio de reunión, las formas de participación, la interacción entre los asistentes y el grupo organizador, sus expresiones, emociones y ritualidades durante las reuniones. Además, se tuvo en cuenta el horario y locación de la proyección, mobiliario de la locación, uso de la pizarra, ingreso de los asistentes al aula, distribución de los asistentes en el aula, implementos o dispositivos llevados por los asistentes, código de vestimenta de los asistentes, establecimiento de responsabilidades entre los organizadores, comportamiento de los asistentes, programación de la proyección, relación entre los asistentes y el grupo organizador.

El grupo “Ukato no Sekai” está integrado por jóvenes universitarios, hombres y mujeres, de entre 18 a 24 años, que son en su mayoría estudiantes de los primeros ciclos universitarios de Estudios Generales Letras y Ciencias de la PUCP que estudian diferentes carreras.

Se diseñó también una guía para las entrevistas a profundidad a dos de los tres fundadores del grupo, ya que son los que aún se encuentran en actividad. Estas entrevistas se realizaron en tres sesiones, se realizaron por separado en el campus universitario, se grabó la voz con el permiso de los participantes en la primera sesión y se obtuvo el consentimiento informado por escrito. Estas entrevistas permitieron explorar el proceso por el cual se construye la identidad otaku. La información obtenida consideró los siguientes aspectos organizados en cuatro ejes. El primer eje estuvo centrado en conocer al entrevistado, el segundo eje se diseñó para saber cómo es su relación con el anime, el tercer eje permitió conocer su participación en “Ukato no Sekai” y el cuarto eje se propuso entender la repercusión del anime en su vida.

Para interpretar la información resultante de las observaciones y las entrevistas, se tomó en cuenta el origen del manga y el anime, su distribución y presencia en medios, además de su clasificación, sus características, las formas de consumo del *otaku* y estudios sobre identidad de los jóvenes.

La presente investigación se concentra en aquello que se produce a partir de la interacción entre el anime y los jóvenes universitarios, por lo tanto, se incorpora la descripción, más no el análisis de los animes, pues para realizar la presente investigación se contó con tiempo y recursos limitados. Sin embargo, se ha revisado y tomado en cuenta estudios hechos en Perú en los últimos cinco años, desde la perspectiva del contenido de los animes a fin de cotejar los hallazgos obtenidos.

1.3 Técnicas y procedimientos para recoger la información.

Se propone un enfoque cualitativo descriptivo, pues se describe la relación entre el anime y la construcción de la identidad *otaku* en los jóvenes universitarios, en el caso del grupo *otaku* universitario “Ukato no Sekai”. De esta manera, se decidió realizar observación participante y entrevistas a profundidad.

Se optó por aplicar la técnica de observación participante para conocer cuáles son los factores del anime que lo hacen atractivo para los jóvenes universitarios. Además, saber cómo interactúan los miembros de “Ukato no Sekai” con los asistentes ayudará a conocer su organización interna y las distintas actividades que realizan para la comunidad PUCP.

Para aplicar esta herramienta¹ se tomó como referencia a Rossana Guber (2001), pues considera que “La presencia (la percepción y experiencia directas) ante los hechos de la vida cotidiana

¹ Ver Anexo N°1: Guía de observación participante.

de la población garantiza la confiabilidad de los datos recogidos y el aprendizaje de los sentidos que subyacen a dichas actividades”. (p.22)

A continuación, se presenta el programa de actividades que realizó el grupo durante el año 2017, a fin de conocer cuáles fueron las actividades elegidas para la observación.

AÑO 2017	MES	ACTIVIDAD
PRIMER CICLO ACADÉMICO 2017-I	MARZO	Reunión pública de coordinación para la elección de series anime proyectadas durante el ciclo académico Proyección película anime de inicio del ciclo Proyección de capítulos de las dos primeras series anime elegidas por el público
	ABRIL	Proyección de capítulos de las dos primeras series anime elegidas por el público
	MAYO	Concurso de karaoke anime

		Proyección de capítulos de las dos últimas series anime elegidas por el público
	JUNIO	Proyección de capítulos de las dos últimas series anime elegidas por el público
	JULIO	<p>Especial de series de anime temático seleccionado</p> <p>Torneo de TCG: Cardfight!! Vanguard o Yu-Gi-Oh!</p> <p>Película de cierre de ciclo.</p> <p>Reunión pública de coordinación final de ciclo</p>
SEGUNDO CICLO ACADÉMICO 2017-II	AGOSTO	<p>Reunión pública de coordinación para la elección de series anime proyectadas durante el ciclo académico</p> <p>Proyección de capítulos de las dos primeras series anime elegidas por el público</p>

	SETIEMBRE	Proyección de capítulos de las dos primeras series anime elegidas por el público Concurso de karaoke anime
	OCTUBRE	Proyección de capítulos de las dos últimas series anime elegidas por el público
	NOVIEMBRE	Torneo de TCG: Cardfight Vanguard!! o Yu-Gi-Oh! Proyección de capítulos de las dos últimas series anime elegidas por el público Película de fin de ciclo Reunión pública de coordinación final de ciclo

Se optó por trabajar con dos sesiones de proyecciones de series anime, ya que se quería conocer cómo expresaban su identidad *otaku* tanto el grupo organizador como los asistentes en las actividades realizadas, además de conocer la interacción entre ambos y cómo los asistentes expresaban sus emociones al ver los animes proyectados.

Durante las dos proyecciones se vieron cuatro animes distintos. La primera proyección, a la que se asistió (27 de abril del 2017) fue a la sesión de finalización de los dos primeros animes proyectados durante el ciclo académico 2017-I, los cuales fueron *Bungou Stray Dogs* (2013) y *Watashi ga Motete Dosounda* (2016). La segunda proyección a la que se asistió (11 de mayo del 2017), se proyectaron los primeros capítulos del anime *Baccano* (2007) y de *ReLIFE* (2016), que son los dos últimos animes que se proyectaron en ese ciclo académico 2017-I.

Se asistió también al sexto concurso de karaoke anime (4 de mayo del 2017), pues es la principal actividad pública del grupo a la que asisten más personas, por lo tanto, requiere de más apoyo y un mayor esfuerzo de coordinación de parte del grupo organizador.

1.3.1 Observación participante.

La observación participante fue posible, ya que la investigadora se define como *otaku* y había asistido anteriormente a algunas de las actividades del grupo, es esto lo que evitó que tanto los organizadores como los asistentes se sintieran observados y ayudó a que no fuese complejo establecer un vínculo de confianza con ellos.

Sin embargo, siempre existe esta disyuntiva entre observar más o participar más, tal y como lo afirma Guber (2001) “Cuanto más participa menos registra y cuanto más registra menos participa [...] suministran perspectivas diferentes sobre la misma realidad [...] que se participa para observar y que se observa para participar” (p.23-24).

Finalmente se llegó a la conclusión de que es importante hacer ambas actividades sin perder el punto de vista de la investigación, tratando a la vez de formar parte de este grupo de estudio de manera natural, participando en sus actividades como un miembro más del grupo.

Es así que, durante la aplicación de las guías de observación, la investigadora se unió a los asistentes, observando y haciendo anotaciones sobre detalles importantes para la investigación.

Para aplicar las guías de observación, se asistió a tres sesiones, la primera se realizó el 27 de abril del 2017 y era la sexta proyección del ciclo académico, la segunda sesión se realizó el 4 de mayo del 2017 y era el sexto concurso de karaoke anime, la tercera y última sesión de observación se realizó el 11 de mayo del 2017 y fue la séptima proyección del ciclo académico.

La observación tuvo en cuenta los siguientes aspectos según el orden en el que se desarrollaron las actividades dentro del grupo a observar:

Horario y locación de la proyección

El horario de la proyección fue de 12:15 a 03:00 pm y está dentro del horario llamado “Jueves Cultural”, el cual es un horario de recreación para los estudiantes brindado por la universidad, pues no hay clases programadas y se promueven actividades culturales y recreativas dentro del campus. De tal manera que, los jóvenes se reúnen en grupos con los que se identifican y participan en actividades donde se expresan y se relacionan con sus pares (Cafarelli, 2011).

Mobiliario de la locación

Configura la organización del espacio donde se encuentran los asistentes y el grupo organizador. Permite entender las relaciones que se establecen entre ellos, los roles que asumen, la interacción, las jerarquías.

Uso de la pizarra

Se consideró este aspecto debido a que la pizarra es utilizada como un soporte de comunicación entre los organizadores y los asistentes, organiza la actividad, sirve para publicar itinerarios, normas.

Ingreso de los asistentes al aula

Los asistentes ingresan al aula solos o acompañados, además de que la hora de entrada de cada asistente es distinta y esto configura cómo actúan los organizadores ante su ingreso.

Distribución de los asistentes en el aula

Se consideró en este aspecto la distribución de los asistentes y de los organizadores, pues permite conocer el establecimiento de jerarquías al interior del grupo, los roles y la interacción.

Implementos o dispositivos llevados por los asistentes

El uso de la tecnología es uno de los aspectos más presentes tanto en los organizadores como en los asistentes, utilizan el celular (*smartphone*) ya sea para estar conectados al internet y enterarse de las últimas novedades de anime o por otros motivos. Esto permite observar cómo se relacionan mediante la tecnología en un mismo espacio, utilizándolo como un medio de comunicación, donde fortalecen las redes de identidad grupal.

Código de vestimenta de los asistentes

Se consideró este aspecto, ya que algunos de los asistentes portan ciertos distintivos *otaku* como la vestimenta y accesorios, de esta manera expresan su identidad y se reconocen entre ellos (Parada y Uribe, 2010).

Establecimiento de responsabilidades entre los organizadores

El observar las relaciones entre los miembros del grupo organizador permite conocer cuáles son las funciones de cada uno de ellos, las responsabilidades y jerarquías en el grupo.

Comportamiento de los asistentes

Es factible observar cómo reaccionan los asistentes y cómo expresan sus emociones ante las distintas escenas de las series animes proyectadas. Este aspecto es importante porque muestra la conexión entre el espectador y los distintos elementos del anime.

Programación de la proyección

Es importante saber si existe o no un orden establecido dentro de la programación de las proyecciones para saber qué tipos de anime son los preferidos por el público espectador. (Rodrigo, 2009).

Relación entre los asistentes y el grupo organizador

Se consideró este aspecto pues ayudó a establecer la relación que existe entre el grupo organizador y los asistentes, además de saber si evoluciona esta relación en el transcurso de las sesiones, así como los ritos y prácticas que comparten como grupo otaku.

La observación fue realizada en varias etapas. Durante la primera sesión se observó prioritariamente la interacción del público asistente con el grupo organizador, manifestado en la distribución en el espacio, el establecimiento de jerarquías, las diferentes formas de comunicación mediante objetos como la pizarra o mediante *smartphones*. Además, se observó la programación de la proyección y cómo respondieron los asistentes ante su visualización.

En la segunda sesión se observó en particular la organización y la participación del grupo “Ukato no Sekai” en el concurso de karaoke de ese ciclo. El aforo de asistentes en el aula fue sobrepasado debido a que es una actividad que solo ocurre una vez en el ciclo académico. Un actor clave fue el presentador ya que, debido a él, se fue creando un ambiente de confianza entre los organizadores con los participantes del concurso y el público asistente. Esto se manifestó cuando cantaban juntos algunas de las canciones presentadas en el concurso.

Por último, en la tercera sesión, la prioridad de la observación estuvo en la programación de la proyección (las nuevas series anime proyectadas para la segunda mitad de ciclo) y en la cantidad de asistentes.

1.3.2 Entrevistas.

Para identificar los factores que hacen que el anime sea atractivo para los jóvenes universitarios y para describir el proceso por el cual se construye la identidad *otaku*, se realizaron también entrevistas a profundidad a los miembros fundadores del grupo “Ukato no Sekai”. Cabe destacar que las entrevistas se realizaron por etapas y de manera individual a dos de los miembros fundadores, en horarios aceptados por ellos y dentro de la PUCP. Estas fueron de tipo monotemática y semiestructuradas para así dar más libertad de opinión y expresión a los entrevistados. Fueron grabadas con el consentimiento de los participantes. (Ver Anexo N°3 y Anexo N°4)

Las entrevistas están compuestas por cuatro ejes principales y suman en total 18 preguntas², las cuales están divididas de la siguiente manera:

El primer eje de preguntas permite conocer aspectos generales del entrevistado. El segundo eje incluye preguntas respecto a cómo es la relación del anime con el entrevistado. El tercer eje de preguntas está relacionado a “Ukato no Sekai” y permite conocer cómo es que el entrevistado pudo plasmar su gusto individual (Bourdieu, 1995) por el anime hacia un proyecto grupal, cómo es que reclutaron a más miembros, su organización interna dentro del grupo, etc. Por último, el cuarto eje de preguntas permite conocer cómo es que el entrevistado construye su identidad *otaku* a través del consumo de anime por algún medio audiovisual, asistiendo a eventos *otaku*, haciendo cosplay y sintetiza cómo se ha configurado la relación entre el anime y su vida misma.

Los entrevistados fueron María Rosa Huerta (25 años, estudiante del último año de Derecho - PUCP) y Miguel Cueva (27 años, estudiante de cuarto año de Derecho de la Universidad San Martín de Porres, ex estudiante PUCP). Ellos son los miembros fundadores que siguen activos

² Ver Anexo N°2: Guía de entrevistas semiestructuradas.

desde la fundación del grupo (en el año 2010) hasta el presente, es decir 7 años. La tercera fundadora, Naomy Capani, que en ese momento ya no formaba parte del grupo, no estuvo disponible para entrevistas.



CAPÍTULO II: Manga y anime

2.1 Contexto histórico

Para todo lo referente a este aspecto, me he basado en la investigación de Iwabuchi (2002) quien ha relacionado la parte histórica del Japón con el fenómeno de la industria cultural japonesa.

Iwabuchi (2002) afirma que luego de la llegada del Comodoro Mathew Perry a Japón y al tener la obligación de firmar pactos con Estados Unidos, Japón no podía seguir quedándose en la etapa del aislacionismo (*Sakoku*), del cual ya solo quedaban rezagos del *bafuku* (un tipo de gobierno si lo trasladamos a términos occidentales) de la era Edo.

Al firmar “El tratado de Kanagawa”, un pacto de amistad y comercio con Estados Unidos (1854), a la vez llegaron sus influjos culturales. Los japoneses quedaron fascinados con la tecnología occidental, es así que con el paso de los años llegó la industria del cine y ellos no tardaron en dar respuesta ante esto haciendo también sus propias creaciones audiovisuales. Se podría decir que el prototipo base del anime o animación japonesa surgió a inicios del siglo XX, por el año 1917 y se tituló *Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki* (La historia del conserje Mukuzo Imokawa). Fue hecha en celuloide, en blanco y negro, dibujada a mano sobre la película y se presentó en teatros al público. (Cobos, 2010)

En aquella época existían cines occidentales en los cuales se proyectaban, además de películas, cortos animados como Félix, el gato. Es con la creación de los cines netamente japoneses que sus dueños empezaron a contratar dibujantes de periódicos (de las tiras cómicas) para que crearan versiones animadas japonesas. En 1920, las animaciones duraban entre 10 a 15 minutos, incluso ya se retrataban cuentos tradicionales orientales. Es en la década de los treinta,

mediante la modernización del país y el inicio de la Segunda Guerra Mundial, al formar Japón parte de la Triple Alianza, que los cortos animados pasaron a ser propaganda de guerra. Es desde este momento que la relación manga-anime se establece con la obra *Norakuro* (Seo, 1935), pues se adaptó de tira cómica a animación. Una de las películas animadas más representativas de la propaganda de guerra es *Momotaro y los valientes guerreros del mar* (Seo, 1945).

Según Yamaguchi (2014)

Muchos otros artistas de anime prometedores aparecieron uno tras otro, pero al acercarse la guerra, los bienes escaseaban enormemente cuando el ambiente nacional se volvió militarista. Incluso la película no era fácil de conseguir. Fue en este contexto que se estrenó el primer largometraje teatral en la historia del anime japonés. “*Momotarō: Umi no shinpei*” (Momotaro y los valientes guerreros del mar, B/N, 74 minutos), producido por la Marina, que salió justo antes del final de la guerra. Esta fue una película propagandística diseñada para elevar la moral y el compromiso con el esfuerzo de guerra. (p. 1)

Luego de la Segunda Guerra Mundial y de la derrota de la Triple Alianza, entre ellos Japón, el país tenía que reconstruir su nación en el aspecto político, económico y social. De tal manera que, Japón se ve forzado por las fuerzas aliadas a firmar el “Tratado de Paz de San Francisco” y el pacto de seguridad con Estados Unidos en 1951 (Domizi, 2019). Por lo tanto, el país renuncia a hacer uso de la defensa nacional haciéndose pacifista. El gobierno japonés empieza a invertir su producto bruto interno (PBI) en la recuperación de industrias como la textil y la tecnológica. Sin embargo, en el ámbito social, el pueblo japonés estaba sumido en un estado de tristeza debido a la derrota en la guerra y la ocupación norteamericana. Es en este contexto que diversos artistas producen dibujos y caricaturas, de esta manera nace el manga, que se

convierte en un producto de entretenimiento que plasmaba las historias y pensamientos de los japoneses. (Herlander, 2012)

Relata Yamaguchi (2014) que la sede general de la ocupación aliada reunió aproximadamente 100 artistas de anime para formar el “*New Japan Animation Company*”. El objetivo era que se produjeran varias series anime que plasmaran las políticas de la ocupación y se alabara la democracia; sin embargo, muchos de estos artistas no estuvieron de acuerdo y el proyecto fracasó.

2.2 El fenómeno de la globalización y Japón

Para esta investigación se tomará en cuenta la propuesta de Giddens (1995, 2000) que considera la globalización como una serie compleja de procesos que afecta todos los aspectos, debido al impacto de la revolución tecnológica que conecta localidades lejanas intensificando las relaciones sociales en el mundo. Esta conexión produce modificaciones en los acontecimientos locales, además afecta lo económico, también la circulación de información, las relaciones de poder y por tanto transforma la cultura. Esto produce procesos creativos de mezcla cultural y también respuestas defensivas de las identidades locales y nacionales.

Autores como Patrick Smith (1999) afirman que la globalización es la americanización del mundo, puesto que Estados Unidos impone las reglas globales que influyen hasta en lo doméstico.

Palomo (2014) señala que en la década de los ochenta se produce el debate sobre la liberalización del mercado de servicios de telecomunicaciones. En 1996, esto desemboca en la firma del acuerdo de Ginebra en la Organización Mundial del Comercio (OMC), que implicó la desregulación y privatización en 68 países de empresas públicas de telefonía, telefonía móvil, radio y televisión. Se derogaron leyes que abrieron el mercado privado de las comunicaciones

y el camino a la creación de corporaciones multimedia. Para formar el mercado, los costos de transmisión y de información bajaron y se produjo luego la expansión de internet.

En el caso del Japón, luego de la crisis económica ocurrida a inicios de la década de los noventa, debido al boom de la burbuja financiera e inmobiliaria, el país debía recuperarse económicamente. Es debido al desarrollo tecnológico y corporativo de los medios de comunicación que se crea un gran espacio para lo audiovisual en el marco del nuevo poder económico del Japón. Se produjo un rápido y alto crecimiento conocido como el boom de los mercados asiáticos. Iwabuchi (2002) lo explica de la siguiente manera

El mercado de la televisión se desarrollaba de manera progresiva, es así que, en 1992, su producción audiovisual se había incrementado en cantidades extraordinarias a comparación de 1980. La TV decidió apostar por la demanda del público y se produjeron varios programas japoneses, novelas dramáticas y la creación de *idols*, centrándose en la audiencia japonesa (p.5)

Desde el punto de vista del gobierno japonés, hasta finales del siglo XX, el anime no era visto ni considerado como un producto cultural. Esta situación cambió luego de que Douglas McGray (2002) escribiera un artículo en *Foreign Policy* (revista estadounidense de política y economía internacional) y mencionara por primera vez el término *Cool Japan*, refiriéndose a la expansión cultural del Japón debido a la gran acogida de sus productos culturales en el público internacional juvenil. Fue de esta manera que, el gobierno japonés decidió en el año 2003, en el marco de la recuperación económica nacional, a través del Ministerio de Economía, Comercio e Industria (METI-siglas en inglés), considerar a los productos de la cultura popular dentro de las políticas públicas del país. Esto sucedió luego de que sus funcionarios publicaran un reporte titulado “Hacia la internacionalización de la industria de contenidos. Enviar la marca Japón al mundo”. Los burócratas identificaron que la expansión de los contenidos japoneses

en el extranjero podía mejorar la imagen del país o añadir valor a la marca Japón, es decir, al nombre del país como productor y así tener efectos económicos positivos en otras industrias, es por esto que la estrategia se centró en promocionar y difundir los productos que ya eran suficientemente reconocidos en el extranjero. (Mandujano, 2015, p.79-80).

Fue así que se consideró al anime, manga, videojuegos, películas y series, j-pop, como productos culturales y se les brindó apoyo para su promoción cultural internacional. Un año después de la implementación de estas políticas públicas, aumentó el ingreso económico que provenía del extranjero por estos productos culturales, aproximadamente de 4.25 a 4.52 billones de yenes (Allepuz, 2020).

En el 2005, en Estados Unidos, la distribución y popularización de productos de la industria cultural japonesa como manga, anime, OVA, películas animadas, *merchandising*, estuvo a cargo de Viz Media. Cobos (2010) señala además que es uno de los países que más consume anime y manga. La aceptación de estos productos culturales fue tal que la corporación Disney firmó un acuerdo con el Estudio Ghibli para la distribución de las películas del cineasta Hayao Miyazaki (en Estados Unidos e incluso en Latinoamérica, dobladas según el idioma de cada país) (p.12).

Según Cobos (2010) en los años setenta, comienzan a transmitirse en televisión por canales de señal abierta, las primeras series anime dobladas al español en países como México, Perú, Chile y Argentina

Heidi (del director Isao Takahata basado en la obra de la suiza Johanna Spyri), Princesa Caballero (de Osamu Tezuka), Candy Candy (de Kyoko Mizuki y Yumiko Igarashi) y Meteoro (de Tatsuo Yoshida). En la década del ochenta, continúa la transmisión por televisión abierta expandiéndose a más países. Llegan las primeras cuyos protagonistas

son robots gigantes. Mazinger Z, El Vengador [...] También se emitieron series como Kimba, el León Blanco (de Osamu Tezuka). (p.12-13)

Debido a la globalización y a las políticas de desregulación de los medios de comunicación que se implementaron en los años noventa, el servicio de televisión por cable se masifica en los países de Latinoamérica y con ello fue posible sintonizar canales de diferentes partes del mundo, algunos de estos canales transmitían anime.

2.3 El origen del manga y del anime

La palabra anime surgió como una abreviación de “*animēshiyon*”, apropiación lingüística del término “*animation*” en inglés, por parte de los japoneses. (Pichón, 2012)

Para Herlander (2012) la palabra manga fue utilizada por primera vez por un artista japonés del Ukiyo-e (arte del grabado en madera e impresión en papel de colores). Esta palabra está compuesta por dos caracteres chinos, el primero significa “a pesar de uno mismo” o “laxo” y el segundo significa “imagen” y se han utilizado juntos para describir diversas imágenes cómicas. Fue el siglo XX el decisivo para el surgimiento del manga tal y como se lo conoce hoy, pues nace como una forma de arte cómica publicada en blanco y negro de las manos de Osamu Tezuka, durante la época de posguerra del Japón. Este formato de publicación ya era utilizado por otros artistas; sin embargo, Tezuka es quien agrega nuevos elementos, comenzando por el estilo de “novela gráfica” (más cercano al modelo actual).

Antezana (2016) comenta que Osamu Tezuka era un historietista de un diario japonés llamado *Mainichi*, quien vivió en carne propia los acontecimientos de la Segunda Guerra Mundial y que en sus historietas trató de dar un mensaje humanitario. Es a partir de 1950 que empezaron a surgir sus personajes más reconocidos actualmente e inició el estilo manga³ que conocemos

³ Este término “manga” está referido a la historieta japonesa tal y como se conoce actualmente.

actualmente, el cual está compuesto por una trama más elaborada a comparación de las historietas y centrada en los valores humanitarios de sus personajes, pues en aquella época se pusieron de moda los *gekiga* o historias dramáticas.

Mike (2012) opina que “El triunfo de las revistas manga orientadas en su totalidad al público infantil, de las cuales Tezuka era la cabeza, fue el principal detonante para el surgimiento de un estilo alternativo de manga enfocado al público adulto: *gekiga*” (p.1). Sin embargo, luego sería el mismo Tezuka quien implementaría ciertos elementos de este nuevo estilo manga, tales como temáticas relacionadas al existencialismo e incluso un propio estilo de dibujo.

Otra innovación fue el formato *tankōbon* o volumen compilatorio, pues este formato era utilizado en otro tipo de textos. Cobos (2010) agrega que el *tankōbon*

Se caracteriza por tener mejor calidad editorial: calidad del papel (de buen gramaje y color blanco), mejor calidad de impresión (se conserva el estilo blanco y negro), tapas ilustrativas a color (usualmente dibujos hechos especialmente por el mangaka para cada tomo) y una extensión de 200 páginas aproximadamente. Son libros hechos para ser coleccionados. (p.6)

Una de sus obras más conocidas fue *Tetsuwan Atom* (Astroboy) (Tezuka, 1966) que fue serializado en la revista japonesa *Shōnen* de Kōbunsha entre 1951 y 1968 y recopilado en 23 tomos.

El manga dio pase a la creación del anime, entendido como dibujos animados provenientes del Japón que se transmiten en televisión. Incluye a las producciones hechas para DVD como Original Video Animation (OVA) y para cine, como las películas animadas. (Cobos, 2010).

Las primeras expresiones de anime surgieron a principios del siglo XX. Según Cobos (2010), fue en 1948 que se produjo la primera producción anime en color llamada *Boku no Yakyu* (Mi baseball), hecha por Megumi Asano. En 1958, *Hakujaden* (Panda y la serpiente mágica), fue

la primera película anime en color, producida por Toei Animation. Sin embargo, el nacimiento del anime tal y como se conoce actualmente, se asienta en el manga creado por Osamu Tezuka y que lleva el mismo nombre de la película “Astroboy” (Tezuka, 1963). Fue filmada en blanco y negro y transmitida por Fuji Televisión.

Cabe destacar que para Yamaguchi (2014) las bajas tarifas de franquicia pagadas al estudio de Tezuka (Mushi Production) por *Tetsuwan Atomu* (Astroboy), significaba que la empresa necesitaba reducir los costos de producción. Es de esta manera que recortaron el número de dibujos, disminuyeron el número de líneas en cada imagen al mínimo y utilizaron más imágenes fijas, de tal manera que idearon formas inteligentes de simular el movimiento desde los efectos de sonido hasta el diálogo.

Y justamente esto es lo que señala Iván Antezana (2016), haciendo una relación con lo dicho por Yamaguchi (2014), pues aparte de la utilización de los ojos grandes y redondos en sus personajes (fascinado por los ojos grandes del ratón Mickey), Tezuka optó por los detalles en los dibujos en el manga, pero debido a la reducción de costos del anime, como lo señaló anteriormente Yamaguchi (2014), se tuvo que reducir los detalles del dibujo. Además, incorporó algunos recursos audiovisuales adaptados al manga, como la utilización de tres planos fijos con planos más cercanos al personaje para dar ilusión de movimiento, ya sea *zoom in* en el caso de una película o la incorporación de onomatopeyas en las páginas, también mencionado por Yamaguchi (2014), pues estos recursos se utilizaron en el anime para reducir costos de efectos visuales. Además, para Antezana (2016) estos efectos daban ilusión de sonoridad a las acciones de los personajes en el caso del estilo gráfico del manga, que es lo que lo hace más dinámico a cualquier otro producto hecho en papel en aquella época, incluso señala Yamaguchi (2014) que esto se implementó en la creación del anime de esta serie.

Para Iván Antezana (2016), es desde 1960 y con Astroboy, que se empezó a establecer el canon o modelo de sucesión de creación de productos de la industria cultural japonesa. En primer lugar, debía salir el manga, luego el anime (serie, OVA o película), pues los segundos se debían basar del primero.

Como dato adicional importante, para la producción de un anime era la editorial quien generalmente financiaba gran parte del proyecto, además de la televisora que lo transmitía. Es a partir de la película *Akira* (Otomo, 1988) que más empresas interesadas en el proyecto empiezan a financiarla, además de la editorial.

2.4 El anime y su clasificación

El anime tiene dos tipos de clasificaciones: la clasificación demográfica (según el público al cual está dirigido) y la clasificación temática (los temas recurrentes tratados en cierto tipo de anime). A continuación, se presenta las clasificaciones basadas en las investigaciones de Parada y Uribe (2010) y Torrents (2015).

2.4.1 Clasificación demográfica.

- *Shōnen* (少年 se traduce del japonés como "chico" o "muchacho"): anime dirigido a chicos preadolescentes o adolescentes. Protagonizado por un chico adolescente en el que suelen haber elementos mágicos y combates de todo tipo. Ejemplos: Saint Seiya, Dragon Ball, One Piece, Yu Yu Hakusho, Naruto, Hunter X Hunter.
- *Shōjo* (少女 se traduce como "chica" o "muchacha"): anime enfocado al público adolescente femenino, generalmente su protagonista principal es una chica y se presentan temas referentes al enamoramiento. Ejemplos: Sailor Moon, Kaichō wa Maid-sama!

- *Seinen* (青年 se traduce como "hombre"): anime enfocado a hombres adultos, contiene alto nivel de violencia, gore, escenas sexuales o requiere más concentración de parte del espectador. Ejemplos: Hellsing, Elfen Lied, Ergo Proxy, Higashi no Eden.
- *Josei* (女性 se traduce como "mujer"): anime enfocado a mujeres jóvenes adultas. Abarca el drama o recuentos de la vida; también sobre sexo desde el punto de vista femenino. Ejemplos: Nana, Honey and Clover, Nodame Cantabile.
- *Kodomo* (子供 se traduce como "niño"): Anime protagonizado por niños, dirigido a un público infantil, se desarrollan historias alegres con tramas sencillas. Ejemplos: Doraemon, Heidi, Keroro.

2.4.2 Clasificación temática.

- Comedia con parodia: se representan escenas o situaciones similares a las de otras animaciones, se usan nombres comunes en el anime, hacen cosas similares a la vida habitual, etc. Ejemplos: Gintama, Hayate no Gotoku, School Rumble.
- Gore: anime sangriento y/o con gran cantidad de terror. Ejemplos: Elfen Lied, Gantz, Hellsing, Genocyber, Deadman Wonderland, Higurashi no Naku Koro ni.
- *Shōjo-ai* o Yuri: romance lésbico. En el primer género, las escenas románticas suelen limitarse a un beso. En el segundo, las escenas románticas pueden llegar a ser sexuales explícitamente. Ejemplos: Shōjo Kakumei Utena, Strawberry Panic.
- *Shōnen-ai* o Yaoi: romance entre hombres. En el primer género, las escenas románticas suelen limitarse a un beso. En el segundo, las escenas románticas pueden llegar a ser sexuales explícitamente. Ejemplos: Gakuen Heaven, Junjo Romantica, Gravitation, Sekaiichi Hatsukoi.

- *Hentai* (literalmente "pervertido") aunque dentro de Japón no se emplea el término, sino *Ero-Anime* エロアニメ (animación erótica): anime dirigido a adultos. Incluye contenidos sexuales explícitos. Ejemplos: *Bible Black*, *Aki Sora*.
- *Sentai*: en anime se refiere a un grupo de superhéroes. Ejemplo: *Cyborg 009*, *Mega Man*.

Existen muchos más tipos dentro de estos géneros temáticos; sin embargo, solo se ha mencionado algunos de ellos, ya que son los más conocidos por el público. Cabe destacar que estas clasificaciones aportan a dar cierto tipo de orden dentro de la clasificación del anime. Además, muchas series anime pueden estar considerados dentro de dos o más distintos tipos de clasificación, ya que las historias presentan temas que pueden ser compartidos en distintos géneros.

2.5 Características del anime

El anime configura sus elementos a partir de la emoción que busca generar en el espectador a través de las historias que presenta y sus características narrativas a nivel visual (estilo gráfico, técnica de animación), sonoro (ambientación y musicalización), construcción de personajes, organización de los episodios, selección de las historias, entre otros elementos.

Además, es importante tener en cuenta que la producción de una serie anime se basa generalmente en el manga⁴ del mismo nombre. De esta manera, el anime suele compactar en una cierta cantidad de episodios, lo esencial del manga. A continuación, se mencionan tres aspectos principales para la creación de un anime:

⁴ Se llama manga a la historieta japonesa creada aproximadamente a mitad del ciclo XX.

2.5.1 Las historias.

La historia contemporánea del anime tuvo dos fases marcadas respecto a los temas presentados en el anime y que se reflejaron también en la gráfica. La primera fue desde los años sesenta hasta aproximadamente finales de los años ochenta, cuando los animes retrataban historias del ciudadano promedio. El dibujo era de tipo 2D (dos dimensiones, altura y ancho de los elementos gráficos). Se utilizaba una gran variedad de colores, un ejemplo de esto es la serie anime *Candy Candy* (Shun-ichi Yukimuro, 1979). La segunda fase empieza a finales de los años ochenta y está relacionada con la internacionalización del anime, pues se destaca los efectos visuales, sobre todo los de tipo 3D (tres dimensiones, altura, ancho y profundidad de los elementos gráficos), algunas historias empiezan a relacionarse con los géneros de ciencia ficción y tecnología, un ejemplo de esto es la película *Akira* (Otomo, 1988). (Martínez, s.f)

En sí, lo destacable de las historias presentadas en el anime, además del aspecto audiovisual que muestra, son las temáticas complejas que abordan y que presentan el punto de vista del autor respecto a la sociedad en la que vive, generando efectos dramáticos y psicológicos en el espectador que lo llaman a la reflexión, haciéndolas de esta manera atractivas para el público al que se dirige. (Horno, 2013)

Eberle (2015) considera que al ser complejos los temas tocados en el anime, en comparación a las caricaturas comerciales, las historias requieren desarrollarse en capítulos que pueden ir de 12 hasta 50 episodios.

Además, se trata de personajes que poseen varias “capas” (referido a su historia interior) y las series presentan diversidad de personajes, por lo que la interacción entre ellos enriquece la historia. Es importante señalar que los protagonistas del anime tienen una vida diaria y cambian a lo largo de la trama produciéndose una progresión en la personalidad (Rodríguez, 2009)

Brenner (2007) es uno de los pocos autores que se ocupa de describir las características de los animes en función del público al que se dirige y detalla como empatiza con lo que puede estar viviendo el espectador, apelando a sus emociones. Estos tipos son el *shōnen* (dirigido a adolescentes varones), el *shōjo* (dirigido a adolescentes mujeres), el *seinen* (dirigido a hombres adultos) y el *josei* (dirigido a mujeres adultas).

Por ejemplo, el anime *shōnen* se centra en narrar historias donde el protagonista es un adolescente que tiene problemas propios de su edad y los afronta con un humor particular. Los protagonistas del anime *shōnen* creen en sus ideales, uno de ellos es nunca rendirse. Los valores que lo representan son el honor, la determinación, el heroísmo y además trabaja en equipo.

Por otro lado, el anime *josei* muestra como protagonistas a mujeres adultas que tienen otro tipo de preocupaciones relacionadas con la vida de ama de casa o con la vida laboral y profesional en empresas. Están presentes también las relaciones románticas y sexuales de mujeres solteras y casadas. La heroína suele evolucionar hasta tener más confianza, independencia y sensibilidad.

El anime *seinen* posee un contenido maduro. Es el género preferido del grupo otaku “Ukato no Sekai” y por tanto es predominante en sus proyecciones. Los protagonistas son hombres adultos y se desarrolla en las historias su vida laboral, de pareja y sus conflictos internos. Prevalecen en él valores como el honor, heroísmo, sacrificio y obligación. El anime *seinen* puede incluir escenas de comedia sexual o crímenes. Además, otro de los géneros presentes en las proyecciones de “Ukato no Sekai” es el *shōjo*, que suele tener de protagonista a una adolescente cuyo mundo gira alrededor de las relaciones románticas y de amistad. Se trata de jóvenes amables, empáticas, compasivas, ingenuas y con valores morales muy específicos (es honesta, no tiene envidia, es leal) y con una belleza *girl-next-door*⁵ Además, estas historias pueden

⁵ Se llama belleza *girl-next-door* a las adolescentes que tienen un pensamiento puro, son agradables, bonitas de una manera poco sofisticada y tienen valores morales decentes (Brenner, 2007, p.34)

situarse tanto en la escuela como en lugares de fantasía que se presentan como sobrenaturales. Generalmente existe un triángulo amoroso entre la protagonista y dos jóvenes (Brenner, 2007; Odell y Le Blanc, 2013).

Cabe mencionar que existe otro género llamado *kodomo*, dirigido al público infantil, el cual no se presenta en este trabajo, debido a que no lo consume el grupo “Ukato no Sekai”.

2.5.2 El diseño de los personajes.

El diseño de un personaje anime muestra, por un lado, su personalidad y por el otro, su estado emocional.

En el caso de la personalidad, esta se expresa a través de la ropa, el peinado, los colores que utiliza el personaje, también la muestra a través de la forma de los ojos y los rasgos de la cara, definiendo también así su edad. El estado emocional de los personajes es relevante para estas historias y se expresan a través del dibujo de los ojos y de los gestos del rostro. Además, se usan símbolos visuales para representar la vergüenza a través del sonrojo, los nervios mediante el dibujo de una o más gotas de sudor en la cabeza del personaje o el enojo con una vena hinchada en la frente. Asimismo, un recurso que utilizan algunos animes es la configuración del diseño corporal, por ejemplo, en una escena de comedia, el personaje puede cambiar de apariencia cuando reacciona exageradamente ante la sorpresa u otras emociones, se transforma en *chibi* o superdeformado⁶ (SD), referido a una especie de enano con comportamiento de niño. (Brenner, 2007)

Respecto al estilo de dibujo anime, Horno (2013) explica que se caracteriza por basarse en un estilo realista y que trata de imitar los rasgos humanos, afinándolos un poco más respecto a su

⁶ Chibi, o superdeformado (SD): Es la forma exagerada que los personajes adquieren cuando están en un estado emocional elevado. Este es un término de jerga referido a una persona baja o un niño (similar a un enano. (Brenner, 2007)

modelo humano. El dibujo de los ojos grandes es una de sus características distintivas. Otra característica es el coloreado con diferentes capas y la simplificación de elementos para poder elaborar más fotogramas sin gastar mucho tiempo en dibujarlas.

Eberle (2015) señala que el cabello en los personajes anime suele ser abundante, de estilo salvaje y color extraño. Algunas partes del cuerpo pueden dibujarse más grandes respecto a las proporciones humanas típicas (como la extensión de los brazos y las piernas), la expresión facial y las acciones de los personajes también suelen ser exageradas. Su objetivo es transmitir la vida interior del personaje en la pantalla.

Cabe destacar que el diseño de personajes en las series animes se configura de acuerdo a cada género y a cada público al que está dirigido.

Por ejemplo, el *josei* presenta protagonistas mujeres adultas con rasgos finos e incluye personajes masculinos que se relacionan con la protagonista. Son hombres adultos mayores de 20 años, con músculos tonificados y con rostros estilizados, también llamados *biseinen*. Se presentan escenas sentimentales y sexualmente explícitas. Por otro lado, en el caso *shōnen*, el protagonista es reconocido por el espectador al ver a un personaje joven y apuesto con ojos grandes, cejas gruesas y de sonrisa airosa, además suele llevar un peinado elaborado y de color llamativo. Los personajes femeninos suelen tener un cuerpo con curvas prominentes y visten poca ropa, a esto se le llama *fanservice*⁷. (Brenner, 2007)

En el caso del anime *seinen*, el género preferido de “Ukato no Sekai” en sus proyecciones, el protagonista es un hombre adulto, que puede ser un ciudadano promedio o presentarse como un ícono de masculinidad (samuráis, yakuza, asesinos, espías o francotiradores). Suelen tener cejas pobladas, una mirada fija y rasgos faciales duros, los personajes femeninos tienen un

⁷ Fanservice: Es el contenido hecho para atraer a los fanáticos en lugar de avanzar en la trama o desarrollar a los personajes. Se considera así a las poses sugerentes de los personajes, a sus atuendos o en las historias de ciencia ficción a las escenas donde solo se muestran extensamente naves espaciales y maquinaria. (Brenner, 2007)

cuerpo con curvas prominentes y aparecen en escenas de contenido sensual o sexual. Se incluyen también escenas de combate violentas. Mientras que, en el caso del anime *shōjo*, la protagonista suele ser una adolescente con rasgos finos, su cabello es de color llamativo y viste trajes elaborados y centrado en los detalles, los personajes masculinos son hombres jóvenes menores de 20 años, atractivos, con músculos marcados y con un rostro estilizado, también son llamados *bishōnen* (Brenner, 2007).

Por lo tanto, el diseño de un personaje anime, además de expresar su personalidad y su estado emocional, tiene en cuenta ciertas características gráficas según el género y el público al cual está dirigido.

2.5.3 La música.

Pittalis (2020) refiere que la música empleada en las series anime tiene características transculturales, ya que para su creación influyen géneros musicales occidentales (clásica, pop, rock) así como la música japonesa (tradicional) siendo en Japón donde se crea este nuevo estilo musical intercultural.

Para Cobos (2010) las series anime tienen uno o varios *opening* (canción de entrada); así como, uno o varios *ending* (canción de cierre) y son utilizadas en los animes en formato *TV size*, que suelen durar entre un minuto y treinta segundos, estas son cantadas por artistas o bandas japonesas reconocidas en el medio o de estreno esperado. Generalmente suelen cantarse en japonés, aunque algunas son cantadas en inglés. Respecto a la música de fondo, esta se llama *Background music*, son composiciones musicales que acompañan a las escenas de los animes.

Dominique Menkes (2012) destaca el caso del anime *Ranma ½* (Mochizuki, 1989), ya que se crearon *soundtracks* originales (OST) y algunas canciones se tomaron de artistas del medio

japonés. Este proceso se ha convertido en el modelo principal para la musicalización de los animes.

Cabe destacar que estos temas musicales son cantados por los *otakus* en sesiones de karaoke anime o *anison*, incluso sin saber necesariamente el idioma japonés. Se trata de una actividad que proviene de las costumbres del Japón actual y que se practica en muchos países alrededor del mundo. (Parada y Uribe, 2010).

2.5.4 Técnica de animación.

La técnica de animación en el anime tiene un estilo con características propias. Según “The Anime Code” (s.f), la animación es parte del proceso de producción, así como del guión gráfico, la actuación de voz, etc.

Las técnicas empleadas en el anime han ido evolucionando con el paso de los años. En la década de los sesenta se utilizó la técnica de animación tradicional de dibujo cuadro por cuadro en papel y acetato. Fue en la década de los noventa que los animadores japoneses empiezan a utilizar la técnica de animación por computadora (conocida internacionalmente como computer generated o C.G). Esto significó la reducción de tiempo de producción de las series anime, así como un cambio en cómo lucían. En la actualidad se utilizan ambas técnicas de animación, la tradicional y la digital, ya que se complementan y se reducen gastos de producción. Su sentido es dar al anime un estilo único que emplea la técnica de animación limitada⁸ acompañada por el coloreado, efectos visuales como brillos, sombras, luz ambiental, perspectiva. Una de ellas es el sombreado automático como el 3D shadow, que es realizado de manera instantánea por las computadoras, generando sombras con perspectiva, colores, posiciones. Anteriormente, este proceso era realizado de manera tradicional y se necesitaba más tiempo para su

⁸ La técnica de animación limitada es un recurso de animación que minimiza los movimientos disminuyendo el número de fotogramas intermedios utilizados a ocho fotogramas por segundo o animación en “treses” (una misma imagen cada tres fotogramas) y que practica frecuentes repeticiones en bucle. (Horno, 2014, p.86).

elaboración, además de personal especializado en esta técnica, por lo tanto, hoy en día los costes y tiempo se han reducido debido al CG. Otra técnica es el movimiento de cámara en una imagen estática, empleada ya sea para crear un efecto emocional, describir una escena o mostrar detalles, ya sea *travelling in, out, lateral*, etc. (Horno, 2013).

Respecto al diseño de los fondos o *backgrounds* empleados en los animes, estos ayudan a crear un mundo imaginario. Es también llamado “*sekai-san*”. Lo primordial es presentar al espectador un escenario creíble, se compone el estilo del paisaje y se fijan detalles arquitectónicos, luego se eligen las paletas de colores y los acabados de los escenarios. Finalmente se componen todos estos elementos y se genera, mediante la utilización de dos estilos o técnicas diferentes como la pintura tradicional y digital, la separación entre fondo/personaje a través del uso de filtros entre ambos elementos. (Horno, 2013; Mazuelos, 2018)

Otra característica a destacar dentro de la técnica de animación es el movimiento de los labios dibujados en los personajes anime o *lipsinc*, para la sincronización de los movimientos de la boca con el diálogo original. Es aquí donde entran los *seiyuu*⁹, quienes doblan o ponen sus voces a los personajes de las series anime. Fàbregas (2016) menciona que los *seiyuu*, (actores de voz o dobladores japoneses) son quienes les dan “vida” o personalidad a los personajes anime, estableciéndoles características propias, ya sea persona, animal, robot, monstruo y de esta manera empatizan con el público. En algunos casos, el éxito de una serie anime puede

⁹ Los *seiyuu* son actores de voz o dobladores japoneses que se someten entrenan durante varios años antes de debutar en un papel importante. Además, su popularidad está influenciada por el nombre de la agencia que los representa durante el transcurso de su carrera. (Fàbregas, 2016)

estar influenciado por la selección de *seiyuus*, ya que algunos de ellos son o se convirtieron en *idols*¹⁰ e incursionaron en la industria musical.



10 Los *idols* son artistas japoneses cantantes, actores de cine y televisión, modelos, presentadores de televisión, dobladores que son parte de la industria del entretenimiento japonés (Fukue, 2009). Particularmente, el grupo “Ukato no Sekai” no es seguidor acérrimo o ha realizado alguna actividad relacionada a algún *idol* japonés.

CAPÍTULO III: Identidad *otaku*

3.1 La identidad en los jóvenes

Para entender el tema de la identidad es preciso distinguir en primer lugar los tres tipos de identidad consideradas en las ciencias sociales: la identidad personal, la identidad grupal y la identidad nacional. El tipo de identidad que interesa principalmente en esta investigación es la identidad grupal como la identidad personal. Para Jorge Larraín (1994) en su investigación que estudia la identidad latinoamericana, considera que es la identidad grupal la que distingue a un grupo de personas del resto de la sociedad.

Es difícil responder qué es la identidad para cada persona, ya que es una tarea de índole personal y a la vez social, donde surgen preguntas sobre quién soy, quién me gustaría o debiera ser. De tal manera que, la identidad es un fenómeno subjetivo que se elabora de manera personal, que tiene un conjunto de rasgos específicos y que se construye también de manera grupal a través de la interacción con los otros y le permite diferenciarse de estos (Rodrigo, 2006; Parada, 2010)

Respecto a cómo se configura la identidad grupal, Cafarelli (2011) opina que

Convertirse en parte de un grupo muestra cómo se pone en marcha el mecanismo de identificación, ya que los jóvenes suelen incluirse en aquellos conjuntos que, en algún aspecto y de alguna forma, los representan. Las experiencias grupales, si bien no definen íntegramente al sujeto, guardan una particular relación con sus pensamientos, sentimientos y deseos [...] En este sentido puede decirse que *pertenecer, sentirse y hacerse parte de un grupo* constituyen instancias nodales en el proceso de construcción de la identidad, tanto personal como social (p.1).

Erik Erikson (1968) define lo siguiente respecto a la identidad

La identidad de una persona o de un grupo puede ser relativa y definirse por contraste con la de otra persona o grupo [...] el orgullo de lograr una identidad firme puede significar una emancipación interior con respecto a una identidad grupal dominante, como “la de la mayoría compacta” (p.18)

Por lo tanto, los jóvenes conforman sus grupos a partir de los pensamientos, sentimientos y gustos que comparten. De esta manera, crean una nueva identidad grupal que se contrasta con las demás identidades, convirtiéndose así en una identidad única y que tiene características particulares. Asimismo, Rodrigo (2006) opina que el hecho de sentirse parte de un grupo contrarresta el temor al aislamiento, ya que se convierte en parte de algo.

Jorge Larraín (1994) en su texto sobre identidad latinoamericana, comenta lo siguiente

La pregunta por la identidad cultural no emerge normalmente en situaciones de relativo aislamiento, prosperidad y estabilidad. Para que la identidad llegue a ser una pregunta importante, parece requerirse un período de crisis e inestabilidad, una amenaza al modo de vida tradicional, especialmente si esto sucede en presencia de otras formas culturales. (p.3)

Por lo tanto, si se vincula la cita de Larraín con el tema de la identidad en los jóvenes, ellos están en la búsqueda de su identidad, que comienza generalmente en la etapa de la adolescencia (periodo de inestabilidad emocional). Además, buscan elementos y características comunes con sus pares y conforman una nueva identidad grupal que se contrapone con las demás identidades existentes.

Asimismo, para Martínez (2009) en su texto de “Identidad y cultura juvenil en el Perú”, los jóvenes son considerados

Como “ciudadanos de segunda clase”, en una sociedad “adultocéntrica”. Los protagonistas principales son precisamente los adultos que reflexionan sobre los jóvenes, que crean programas y estrategias, que tienen buena fe sobre ellos, mirándolos muchas veces con conmiseración [...] La juventud, obviamente, no es una categoría homogénea y cerrada, sino un colectivo con diversas percepciones y actitudes frente al contexto que le rodea. (p.3)

De tal manera que los jóvenes están en una etapa de cambio constante, donde los adultos esperan que ellos se adapten hacia las exigencias de la sociedad. Esto origina nuevas formas de sentir, pensar y comportarse, siendo así que buscan nuevas formas en las cuales puedan sentirse reconocidos e identificados. Es aquí donde los medios de comunicación presentan productos de las industrias culturales, que cumplen un papel importante para la construcción de la identidad de los jóvenes, siendo uno de ellos el anime, que forma parte de la industria cultural japonesa y que da pase a la creación de la identidad *otaku*.

3.1.1 El consumo como proceso de diferenciación social de grupos.

Se suele pensar que el consumo en sí mismo está ligado a gastos inútiles irracionales y aún se sigue pensando que son los medios masivos que incitan a las masas a consumir sin reflexionar. Algunas de las antiguas corrientes de estudios de las teorías de la comunicación solían albergar este pensamiento de recepción pasiva de las masas frente a los productos culturales presentados. Esta idea fue superada cuando se cotejaron las prácticas de consumo y los cambios en la identidad social e individual (Mattelart y Mattelart, 1997; García Canclini, 1995; Bocoock, 1995).

Silva (2008) considera que “No se necesita (consumir) para vivir, pero se requiere para sobrevivir en un mundo cargado de cosas e imágenes cuyo desborde productivo mantiene una economía y una sociedad que se rinde ante la insatisfacción perenne de cosas e imágenes en oferta.” (p.149). En el marco de este debate, los medios de comunicación se convierten en un

factor determinante para la expansión de los productos de las industrias culturales, ya que rompen los conceptos de espacio nacional que había planteado la modernidad, propiciando modelos de juventud, signos de juvenilización y establecen el look juvenil de consumo (Pérez, 2015)

Respecto a la apropiación del consumo, García Canclini (1995) propone la existencia de una racionalidad que podría llamarse social en la que cada destinatario es capaz de apropiarse de lo que desee en el proceso de consumo. Propone entonces el consumo, incluso de los medios de comunicación masivos, como lugar de diferenciación, siguiendo a Pierre Bourdieu.

Además, Pierre Bourdieu (1998), al definir “habitus” en su texto “La Distinción”, afirma que es “La capacidad de producir unas prácticas y [...] de diferenciar y de apreciar estas prácticas y estos productos (gusto) donde se constituye el mundo social representado, esto es, el espacio de los estilos de vida”. (p. 169-170)

Los objetos o actividades que le resultan interesantes o que le "pertenecen" a un grupo de personas, no son otra cosa que el interés por percibirlos como rasgos propios.

Se pregunta García Canclini (1995) cuando reflexiona sobre la relación entre consumidores y ciudadanos ¿Cómo es que el consumo se podría tomar como un ejercicio de ciudadanía? El autor propone que se debe cumplir con estos requisitos

Una gran oferta diversa de bienes y mensajes representativos de la variedad internacional de los mercados de acceso fácil y equitativo para las mayorías, información multidireccional y confiable a través de los productos, y participación democrática de los principales sectores de la sociedad civil en las decisiones donde se organizan los consumos. (p. 48)

Sumado a ello, con respecto a la identidad *otaku* y el anime, Gushiken y Hirata (2014) consideran que

El consumo a escala mundial de los productos de la cultura pop - mayoritariamente productos de los medios - producidos en Japón, constituye un momento histórico que demuestra la ambivalencia del significado de los medios de comunicación y la producción cultural cuando se percibe en su propio país y cómo se transforma radicalmente la percepción de dicha producción a los ojos de los consumidores extranjeros. En cierta medida, las formas del grupo *otaku* que se ve en Japón y su actual expansión a otros países, requiere una comprensión del consumo que ya se ha producido en todo el mundo, de acuerdo con las formas de los centros culturales distantes se ocupa de esta extrañeza que llega en la forma de medios de comunicación y productos culturales en general. (p. 1)

En el caso que nos ocupa, la identidad *otaku* deviene del consumo de anime propuesto a escala masiva por la industria cultural japonesa. Los jóvenes deciden que anime consumirán (mediante el medio de comunicación que deseen), se identifican con lo propuesto por el anime y se lo apropian. Este consumo no lo hacen de manera receptiva pasiva, sino que lo hacen de manera activa, dándoles cierto lugar en la sociedad y a lo largo de su vida van estableciendo relaciones con aquellos que comparten los mismos códigos, juntos producen ritos y hábitos que conviven con la gran variedad existente.

3.1.2 El anime en medios de comunicación en Lima.

Fue a finales de la década de los sesenta que en algunos canales de televisión de señal abierta se transmitieron series anime como *Astroboy* (Osamu Tezuka, 1963), en los setenta, series anime como *Marco* (Isao Takahata, 1976), en los ochenta, series anime como *Voltron* (*Yatsude*, 1981).

Las personas que veían estas series no sabían que se llamaban anime y que no eran necesariamente dibujos animados dirigidos a niños. Jimenez (2020) comenta que los productores televisivos y medios de comunicación conocían superficialmente el producto, que

anime era consignado en el resumen de programación de TV solo bajo el nombre de *cartoones* o dibujos animados y no se hacía referencia explícita a las series. (p.27) Por lo tanto, no se sabía cuál era su denominación ni era posible prever toda la industria cultural que vendría detrás de este producto.

Iwabuchi (2002) precisa cómo es que el *soft power*¹¹ del Japón se va asentando alrededor del mundo a partir del fenómeno de la globalización. El autor explica cómo en la década de los noventa acaece el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación que los convierte en medios de globalización. En 2015, Pérez en su investigación sobre el acercamiento a las culturas juveniles confirma que los medios de comunicación rompieron con el concepto de espacio nacional que había planteado la modernidad, propician además modelos de juventud y signos de juvenalización como el look juvenil de consumo (p.5).

Otro hecho importante fue la desregulación y liberalización mercantil de los servicios de los medios de comunicación, de esta manera llegan nuevos servicios a Latinoamérica y al Perú, como el servicio de televisión por cable o televisión de paga. Uno de sus productos audiovisuales es el anime, el cual sería comercializado alrededor del mundo.

El anime cobró notoriedad en la década de los noventa, con la transmisión de series, tanto en canales de señal abierta como en televisión por cable. Para Vidal (2010)

Fue con la llegada de Caballeros del Zodiaco (Saint Seiya) en 1994 y Los Super Campeones (Captain Tsubasa) que el género se volvió masivo [...] y se hizo conocido entre los jóvenes.

En aquella época no había internet y la televisión por cable aún era exclusiva de las clases

¹¹ Se asume la definición de *soft power* mencionada por Joseph S. Nye Jr. en su libro: *Soft Power. The means to success in world politics* (2004) y lo define como la habilidad de atraer a otros que conlleva a la aceptación, en este caso, de la cultura.

acomodadas, limitando la difusión del anime básicamente a Lima. Un par de años más tarde (a finales de los noventa N. de R.), llegarían Dragon Ball y Sailor Moon. (p.22)

El anime obtuvo gran aceptación entre los niños y jóvenes. Hacia finales del año 2000, se expande la presencia de la televisión de paga o cable¹². Se transmitían series anime dirigidas a niños en cadenas de canales extranjeros como Cartoon Network y Fox Kids (ahora Disney XD). Es de esta manera que se hicieron populares series anime como Pokemon (Yuyama, 1997), Digimon (Kakudo, 1999), Sakura Card Captors (Asaka, 1998), Inuyasha (Ikeda & Aoki, 2000), entre otros.

El anime brinda un vínculo en común a los jóvenes para la creación de una nueva identidad tanto individual como grupal. Los jóvenes al estar en una etapa clave de la construcción de su identidad, viviendo en una sociedad donde es el adulto quien tiene el mando, no se sienten identificados con el lugar que se les ha asignado y deciden centrarse en un mundo propio dando mayor peso a una identidad personal y grupal, en la que configuran sus pensamientos, creencias y gustos (Pérez, 2015, p.9).

Se puede observar que el anime es un espacio que ofrece una nueva visión del mundo, donde los jóvenes se sienten comprendidos, se ajusta a sus pensamientos y emociones, a los valores en los que ellos creen, sienten que tienen un peso en este mundo, se ven representados. Además, en tanto espacio de encuentro, sus seguidores no están solos, hay otros que sienten y piensan lo mismo y encuentran la posibilidad de compartir un estilo de vida en común.

En este marco se crearon otras formas de expresión de los propios jóvenes para compartir su gusto por el anime. Una de ellas fue la creación en Lima de la primera revista dedicada al anime

¹² La TV de paga (o cable) según los reportes del Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL) señalaba que los suscriptores a nivel nacional muestran una tendencia creciente pasando de sólo 5.800 suscriptores en el año 1994 a cerca de 1.384.000 suscriptores en el año 2013. Para el año 2016, ya existían unos 1.75 millones de conexiones, aproximadamente unos 12 mil clientes nuevos.

llamada Sugoi en 1997¹³ y que posteriormente fundaría el Club Sugoi que duró casi 11 años, un espacio donde se brindaban conferencias dirigidas hacia los *otakus* en distintos lugares de la ciudad de Lima y se desarrollaba algún tema relacionado con el manga y el anime, se proyectaban videos y musicales no estrenados en nuestro país, además de realizarse sorteos de afiches, revistas (Antezana, 2016).

Jimenez (2020) menciona que el caso de Sugoi es notable

Cuando salía un nuevo número (de Sugoi N. de R.) se mandaban notas de prensa a la televisión, medios escritos y radios [...] Incluso, ese mismo año, los fundadores llegaron a tener su propio programa de TV dedicado a estos temas. Ellos mismos junto a los lectores de la revista fundaron después clubs propios (N. de R.) y espacios en torno a estos contenidos. (Jimenez, 2020, p.27-28)

Sin embargo, a partir del año 2005 hasta el 2008 la emisión de series anime en canales de señal abierta disminuyó, fue un tiempo de crisis económica en que los medios de comunicación locales redujeron su inversión en productos importados. A partir del año 2006 los fans hicieron circular series anime en internet. Además, surgió la cadena de animación ANIMAX (que perteneció en sus inicios a Sony Pictures Televisión Internacional Asia) y que en 2005 inaugura su filial y canal para Latinoamérica, dejando de lado su antiguo nombre de “Locomotion”. ANIMAX transmitía anime en la totalidad de su programación, es de esta manera que el anime se reintroduce en el Perú y en muchos países de Latinoamérica. Una gran parte de adolescentes y jóvenes estaban atraídos por este estilo de animación. A estos jóvenes les gustaban las

13 La revista Sugoi se publicó en abril de 1997, inicialmente costaba 5 soles y se imprimían 1000 ejemplares. Luego en agosto y octubre de 1998 se publicaron 14 000 ejemplares cada uno y el costo unitario se redujo. En la actualidad, se ofrecen ediciones electrónicas (formato PDF) en diferentes planes tarifarios, con una suscripción anual de 60 soles que incluye la reedición de varias revistas y suplementos, así como la salida de tres nuevos números de la revista para este año 2021 (números 30, 31 y 32 en abril, agosto y diciembre).

temáticas que se mostraban en las series anime, “como se veía” o la gráfica, entre otros aspectos.

De esta manera, se generan prácticas sociales y culturales alrededor del anime, como las reuniones, convenciones o fiestas con temática anime que aumentaban, la compra de dvd's de series anime también, así como la producción de revistas especializadas sobre anime, todo esto debido a la transmisión de anime en la televisión de paga y a su consumo por internet.

Para Vidal (2010) “El movimiento Otaku en Lima ha rebasado todas las expectativas, llamando la atención de los medios de comunicación más importantes, realizando convenciones multitudinarias”. (p.22)

Jimenez (2020) menciona que en la actualidad existe una diversidad de proyectos para reunir fans del manga y anime en Perú. Uno de ellos son los eventos como el Otakufest, Masgamers Tech Festival, Comic Con, donde se realizan concursos de cosplay, trivias, charlas, venta de *merchandising* y tienen invitados especiales. Otro de ellos es la realización de fiestas temáticas con música *anison*. Además de la creación de grupos de reunión y discusión de anime. Por último, una de las manifestaciones más importantes de la cultura otaku es la creación de distintas tiendas especializadas en productos de la industria cultural japonesa, como lo es el anime, que se ubican en el Centro Comercial Arenales. (p.28)

En esta parte del trabajo, se ha presentado un recorrido por la historia de la transmisión del anime por los medios de comunicación en Lima, principalmente sus orígenes y cómo esto dio lugar a las prácticas y manifestaciones del *otaku*.

3.2 Identidad y consumo *otaku*

En el idioma japonés, la “o” en la palabra *otaku* se coloca generalmente como una especie de forma honorífica y el carácter “taku” significa casa. Su significado podría relacionarse a casa, familia o grupo, pero su traducción en otro idioma es difícil de hacerla.

Respecto al término *otaku*, Cobos (2010) menciona que fue Aki Nakamori quien mencionó por primera vez este término en una columna de una revista que se especializaba en manga *lolicon*¹⁴, pues comentó sobre su visita a una convención de aficionados a las historietas y la animación, además mencionaba las características físicas, psicológicas y sociales de estos particulares aficionados. Él sostuvo que la denominación *mania* (abreviación del inglés *maniac*) era insuficiente y propuso aplicarles el término *otaku*. Fue de esta manera que

La columna fue cancelada al poco tiempo, pero la palabra se hizo popular y empezó a ser usada por los fans y por los medios de comunicación para describir al obsesionado por algún tema, un entusiasta en extremo y sobre todo para aquellos jóvenes poco sociables que encontraban refugio en un mundo de fantasía. [...] En el ámbito de la animación japonesa es donde el término ha tenido mayor aceptación, ya que *otaku* es usado de forma genérica para denominar a los que son seguidores y aficionados de éste. (p. 25).

De este modo, la palabra *otaku* es utilizada fuera del Japón, en otras partes del mundo, para referirse a las personas que gustan principalmente del anime.

La identidad *otaku* es una construcción tanto individual como social, pues es un proceso subjetivo que toma como base el producto cultural manga y anime y a partir de esto genera prácticas y ritos propios, estableciendo relaciones con los que comparten los mismos códigos,

¹⁴ *Lolicon* es la contracción de las palabras lolita y complex (complejo). Es un género de manga y anime que refiere a la atracción sexual de un hombre adulto hacia niñas o niñas con características juveniles. (Yunker, 2012, p.107)

y a su vez, toma como referencia lo que es distinto a él en la sociedad. Finalmente, el otaku vendría a ser la persona que adopta esta identidad en su vida y la pone en práctica en la sociedad (Balderrama y Pérez, 2009)

Además, los *otakus* se integran y crean una identidad propia, que se realiza mediante la objetivación y el anclaje, el primero se refiere a que toman ciertos valores que son transformados en un concepto al cual acudir para darle imagen y significado y el segundo se refiere a darle sentido a la representación social (Parada y Uribe, 2010). El hecho de querer pertenecer a un grupo en el cual un/a joven se sienta comprendido e identificado con sus ideales, es lo que hace más fuerte este vínculo entre los espectadores y el anime.

Según Lawrence Eng (2006) en su libro “Contemporary Youth Culture: An International Encyclopedia”, el *otaku* disfruta de los productos que consume y los reinterpreta, no simplemente los consume y los asimila (incluyendo la cultura). Cuando el *otaku* se internacionaliza, se crean nuevas formas de cultura local del “*otakunismo*”. Se produce un proceso de desterritorialización o deslocalización cultural, ya que estos productos culturales japoneses son adaptados y liberados en el contexto latinoamericano donde existen otras estructuras sociales y culturales. Esto ocurre desde la llegada del primer anime a los países latinoamericanos llamado *Astroboy* (Tezuka, 1963) a finales de la década de los sesenta. Los productos culturales japoneses son adaptados a la sociedad a la que llega y son apropiados localmente. Cobos (2010) llama a este proceso latinización y señala que genera productos híbridos. En el caso del anime menciona como ejemplos de apropiación local al producirse el doblaje de los diálogos (donde se incorpora modismos), adaptación y hasta cambio de los opening y ending de las series anime (que ocurre en la mayoría de casos), la censura (especialmente las escenas de violencia y desnudos), el criterio de audiencia (en algunos lugares se piensa que el anime al ser animación es solo para público infantil).

Por lo tanto, la identidad *otaku* tiene sus características propias según cada país, se incorporan modismos, idioma, referentes geográficos, formas específicas de distribución y uso de medios (horarios, frecuencias, canales, señal abierta o cable, entre otras). Todo esto ha contribuido a configurar características tanto similares como particulares.

Además, existen diferentes puntos de vista respecto al *otaku*. De la Pena (2006) considera que la imagen social del *otaku* está cambiando y se mantiene en flujo, pues está pasando de ser un obsesivo maniaco a ser una persona *cool* que tiene su propio sentido de valores, es como un niño puro y apasionado de lo que cree y siente, además tiene una opinión inflexible sobre sus gustos y disgustos. Por otro lado, Bogarín (2008) opina que el *otaku* es un aficionado que tiene sus necesidades básicas cubiertas, por lo tanto, puede costear sus gustos al conseguir trabajo, además es un inadaptado social e inmaduro para las relaciones sociales, es como un niño exageradamente apacible. Sin embargo, lo que este autor plantea es un juicio de valor, no presenta evidencias suficientes que confirmen marginalidad o inmadurez. Por tanto, ambos puntos de vista permiten señalar como el *otaku* es visto socialmente desde diferentes perspectivas y se demuestra que aún está en debate su definición social.

Respecto al sistema de valores en el *otaku*, toma como nueva “filosofía” los valores encarnados en sus personajes anime favoritos. Este ocurre en el caso del anime *shōnen*, el cual es el género más consumido por jóvenes masculinos y menores de 20 años (Miravalles, 2009, p.1). Es en este tipo de anime donde destacan los valores como la amistad, la honestidad y la valentía.

El anime ha causado cierta reflexión en el público al cual está dirigido, se diferencia [...] las formas de actuar por parte de los personajes (pues N. de R.) eran un poco diferentes a su país y cultura, podría decirse que la función del anime y el manga sobre su constitución subjetiva es clara, al marcar el cómo “debe ser” una persona educada con valores, a través

de la identificación con los personajes animados, instaura una racionalización de su vida anímica que le concede a su objeto manga-anime el valor de significativo. (Parada, 2012)

En el caso del anime *shōnen* (dirigido hacia un público adolescente juvenil masculino), un aspecto central es que en la mayoría de sus personajes (principalmente el protagonista) encarnan y presentan valores a sus espectadores como la amistad, la honestidad, el seguir adelante a pesar de las dificultades. Estos son los valores que llaman a la reflexión al público.

Para Conejo (2012) el anime muestra una nueva perspectiva de la realidad al espectador, ya que este cuestiona y compara los valores que se muestran en el anime con los de la vida que le rodea, es por esto que el anime es capaz de generar emociones en sus espectadores.

Parada (2012) cita testimonios de adolescentes y jóvenes que afirman actuar en la sociedad aplicando los valores que encarnan sus personajes. Esto significa que el anime genera empatía con su público, haciéndose partícipe de una nueva visión del mundo, el mundo del *otaku*.

Según los autores citados, se puede desagregar lo siguiente respecto a lo que es ser “*Otaku*”:

AUTOR	EL <i>OTAKU</i> Y SUS CARACTERÍSTICAS
Lawrence Eng (EE.UU, 2006)	Disfruta los productos que consume y los reinterpreta. El <i>otaku</i> al internacionalizarse, se produce un proceso de desterritorialización o deslocalización cultural donde estos productos culturales japoneses son adaptados y liberados en el contexto social y cultural al que llegan, creándose nuevas formas de cultura local del “ <i>otakunismo</i> ”.
Joseph de la Pena	De inepto, obsesionado maniaco ha pasado a ser COOL. Tiene la pureza y pasión de un niño, además de una opinión

(EE. UU, 2006)	inflexible de sus gustos y disgustos y su propio sentido de valores.
Mario Bogarín (EE. UU, 2008)	Necesidades básicas cubiertas por sus padres, trabaja solo para pagarse su afición, inadaptado para las relaciones sociales, es como un niño exageradamente apacible.
Javier Miravalles (España, 2009)	Son jóvenes masculinos y menores de 20 años.
Lucía Balderrama y Carmen Pérez (Venezuela, 2009)	Ha construido su identidad de manera individual como social y tomó como base al producto cultural manga y anime, generando prácticas y ritos propios, donde establece relaciones con los que comparten los mismos códigos y toma como referencia lo que es distinto a él en la sociedad.
David Parada y Sonia Uribe (Colombia, 2010)	Se integra y crea una identidad propia mediante la objetivación (toma valores que son transformados en un concepto para darle imagen y significado) y el anclaje (dar sentido a la representación social)
Tania Cobos (Colombia, 2010)	Tiene sus características propias según cada país, pues se apropia de los productos culturales japoneses en su contexto local, de esta manera se incorporan modismos, idioma, referentes geográficos, formas específicas de distribución y uso de medios (horarios, frecuencias, canales, señal abierta o cable, entre otras

Freddy Conejo (Venezuela, 2012)	Cuestionamiento de los valores mostrados en el anime, comparándolos con los de la vida que le rodea.
David Parada (Colombia, 2012)	Identificación con los personajes, al anime marca como “debería” ser una persona educada con valores.

Se observa que con el pasar de los años, la definición del *otaku* se va haciendo más completa. Desde el año 2006, investigadores estadounidenses tratan de describir y darle características particulares al *otaku*, así como una valoración social. Además, Lawrence Eng menciona por primera vez el término *otakunismo* para denominar las apropiaciones de los productos culturales japoneses en los diferentes contextos locales. Es a partir del año 2009 que los investigadores latinoamericanos empiezan a vincular el consumo de los productos de la industria cultural japonesa, en especial al anime, con el asunto de la construcción de identidad a nivel individual y grupal, desagregando así sus prácticas y ritos. Además, Cobos (2010) retoma el concepto de apropiación cultural, trabajado anteriormente por Lawrence Eng (2006), para aplicarlo al contexto latinoamericano, por lo cual se obtiene nueva información vinculada a la identidad *otaku* en los países latinoamericanos.

Finalmente, cabe destacar que en el caso de los *otakus*¹⁵ peruanos, ellos consumen diversos productos derivados de la industria cultural del anime, mientras que los *otakus* japoneses, suelen concentrar su consumo en un solo tipo de producto y sobre esta base construyen su identidad *otaku*.

¹⁵ La palabra “otaku” en español se convierte en “otakus” (plural) para referirse al grupo de otakus, debido a la apropiación de la palabra en el idioma español. En japonés, no existe el plural de otaku.

Respecto al consumo de anime en Lima, Cohen y Pichihua (2007) presentaron un estudio, el cual es el único en su tipo. Se encuestó a un total de 98 personas. El 77 % fueron hombres y el 23%, mujeres. De los encuestados, el 90.82% eran adolescentes y jóvenes de entre 14 a 25 años, mientras que el 8.16% eran jóvenes adultos de entre 26 y 31 años, el 1.02% no dio datos de su edad. De tal manera que, en aquel momento, los jóvenes consumían anime en diferentes proporciones, el 90% eran estudiantes universitarios mientras que el 10% no tenían alguna actividad. Respecto a la edad en la que empezaron a ver anime, el 76% lo hizo desde la niñez, entre la edad de 4 a 9 años, mientras que el 24% empezó a ver anime desde los 10 años en adelante. Respecto a en qué medio iniciaron el consumo de anime, el 38% lo hizo mediante el alquiler o préstamo de películas o series en VHS, el 29% por TV por cable, el 26% por TV local y el 7% por más de una de estas modalidades. Lo productos que más compraban eran para el 66% de encuestados, dvd's de películas y series anime hecho por fans, mientras que el 34% compraba ya sea uno o varios productos como dvd's originales, fanmade, *merchandising* (polos, poleras, posters) y revistas. Además, el 60% pertenecía a clubes de fans de anime en general o de alguno en particular, siendo esta una de sus formas de integración, mientras que el 40% no pertenecía a alguno.

Para John Spacey, en su artículo en *Japan Talk* (2012) respecto a la cultura japonesa y sus productos culturales en Japón, se puede subdividir a los *otakus* en 12 tipos de *otaku* según su consumo, los cuales son:

- *Otaku* anime /manga (ve anime y lee o colecciona mangas)
- *Otaku* cosplay (viste como un personaje anime o de videojuego)
- *Otaku* gamer (interesado por videojuegos estilo anime)
- *Otaku idol* o jpop (wota) (interesado en grupos *idols* de Japón)

- *Otaku* coleccionista de figuras
- *Otaku* Tren (toma fotos a trenes)
- *Otaku* Robot (interesado en robots)
- *Otaku* Pasocon (interesado en la última tecnología en computadoras y programación)
- Wapanese (interesado en convertirse en japonés por sus costumbres y cultura)
- *Otaku* de la historia femenina (*Reki-jo*: Interesado en las costumbres del Japón antiguo y sus costumbres)
- *Otaku Seiyuu* (interesado en los actores o actrices de voz de personajes anime)
- *Otaku* Militar (Gunji Ota: Interesado en los uniformes militares y sus historias).

Por lo tanto, la identidad *otaku* basó su construcción en la cultura popular japonesa. El *otaku* es un joven, entre aproximadamente 15 a 25 años, que inició su consumo de anime mediante algún medio de comunicación. Ha logrado crear una identidad grupal, debido a que comparte características en común con otras personas. El *otaku* se cuestiona sobre los valores morales existentes en la sociedad, cree en la construcción de una sociedad justa, sus referentes son sus personajes de anime a los que admira e imita. Para entretenerse consume mayoritariamente anime y manga, su consumo es individual y en grupo, asiste a fiestas temáticas de anime y/o forma parte de algún grupo *otaku*.

3.2.1 Ukato no Sekai: Grupo *otaku* en la PUCP.

3.2.1.1 Antecedentes.

“Ukato no Sekai” es un grupo de estudiantes universitarios *otakus* que nació dentro de la Pontificia Universidad Católica del Perú y que al momento de realizar este estudio estaba por cumplir 7 años de actividad ininterrumpida y que sigue vigente. Cabe destacar que antes de él existieron en la universidad otros grupos que difundían la cultura *otaku* y otras culturas relacionadas a la cultura pop asiática, como el K-pop¹⁶.

Como antecedente a “Ukato no Sekai” en el año 2005, en la PUCP, se creó un grupo *otaku* llamado “Anime H”, descrita por Sofia Pichihua, una de sus integrantes, de la siguiente manera

Anime H era un grupo conformado por varios amigos (con los que aún mantengo importantes vínculos) de la PUCP. Todos los jueves solíamos reservar un salón del pabellón Z para ver anime con las puertas abiertas. El resultado: más de 50 estudiantes de diversas facultades en el mismo lugar, viendo Death Note, Ouran High School y otras 20 series emitidas con subtítulos, durante los cinco años de universidad. (Pichihua, 2012, p.1)



Figura 1. Afiche proyección del grupo Anime H. Esta imagen muestra que se proyectó el anime Tengen Toppa

Gurren Lagann.s. f

¹⁶ Se denomina K-pop al género musical pop proveniente de Corea del Sur.

Este grupo proyectaba animes para los estudiantes de las diversas facultades; sin embargo, al no contar con los permisos de derechos de autor, el grupo tuvo que cerrar y ya no continuaron sus proyecciones, esto debido a que la PUCP tiene una política de cumplimiento de las normas sobre propiedad intelectual.

Otro grupo que apareció fue “Shin Bunka Yûgô Club”, el cual también proyectaba series y películas anime. Según la página web de E-quipu, una red conformada por estudiantes emprendedores de la PUCP, se encontró esta reseña sobre el grupo:

Somos un grupo interesado en profundizar la comprensión del fenómeno cultural de la animación japonesa en toda su complejidad. El anime es un fenómeno que puede ser abordado de múltiples ópticas, como arte, como texto, y como realidad cultural. El grupo parte de este reconocimiento para interesarse en profundizar en el estudio desde una perspectiva interdisciplinaria para lograr el reconocimiento del anime como arte y cultura tanto en los círculos académicos como en la opinión pública. (Mayolo, 2006).

Este grupo conformado por estudiantes *otakus*, también proyectaba películas anime e incluso invitaba a ponentes, que podían ser también profesores de la misma universidad, para que puedan dar sus opiniones sobre el anime y hacer un análisis desde diferentes áreas de estudio. El siguiente dato aún está por corroborar, pues al parecer fue por falta de miembros que el grupo tuvo que cerrar.

Cabe destacar que existieron otros grupos que también seguían la movida pop asiática en la PUCP y que promovía el K-pop y novelas coreanas o doramas, llamado “Asia Zone”, del cual no se tiene datos por el momento. Sin embargo, actualmente existe un grupo llamado “DaebaKorea Culture”, que estuvo cerrado por un lapso de tiempo y es contemporáneo con el grupo de “Ukato no Sekai” y proyecta películas y novelas o “doramas” coreanos para la comunidad PUCP.

3.2.1.2 El grupo “Ukato no Sekai”.

La idea de crear un grupo *otaku* dentro de la universidad surgió, ya que anteriormente existieron grupos que proyectaban animes; sin embargo, por diferentes motivos, dejaron de estar activos. Fue así que Miguel (21 años) que había ingresado a la universidad para estudiar comunicación audiovisual, quería formar un grupo donde se proyectara anime y se compartiera la experiencia de verlo en grupo. María Rosa (18 años), estudiante de Derecho quería lo mismo, además de conocer amigos y fomentar la relación entre Perú y Japón mediante el anime.

Para lograrlo, ambos decidieron solicitar el respaldo de la Oficina de Promoción Social y Actividades Culturales (OPROSAC) del programa de Estudios Generales Letras de la PUCP. Esto les permitía ser legitimados y reconocidos tanto por la universidad como por la comunidad universitaria y de esta manera obtener un espacio formal donde expresar y compartir sus prácticas sociales. Fue así que OPROSAC les mencionó que debían de cumplir un requisito, el de integrar a un miembro más, fue Naomy Capani a quien se lo propusieron para que se uniese y aceptó.

Respecto al reconocimiento y la institucionalización, dice Álvarez Gandolfi (2017), refiriéndose a productos de las industrias culturales, que estos actúan como fuente de identidades para los sujetos, más allá de los referentes tradicionales como la familia, el barrio, la escuela, el trabajo o la nación.

En el caso que nos ocupa, la PUCP reconoce y da apoyo a los estudiantes que desean formar nuevos espacios sociales donde expresen sus identidades, en este caso, la identidad *otaku* a través de la creación de “Ukato no Sekai”.

Fue así que los tres estudiantes tuvieron reuniones con los coordinadores de OPROSAC y los guiaron durante el inicio de sus actividades. El grupo obtuvo apoyo para continuar con sus

actividades y beneficios como la reserva de salones para sus actividades públicas, promocionar alguna actividad del grupo en el suplemento Q del periódico de la universidad (teniendo como requisito la participación de un docente), además de ser entrevistados de manera periódica.

Actualmente “Ukato no Sekai” está conformado por 32 integrantes; sin embargo, desde el inicio de actividades del grupo, la cantidad de miembros ha ido variando. En los primeros años, desde el año 2010 hasta el 2013, el grupo estaba integrado por 16 personas, de los cuales 9 eran mujeres y 7 eran hombres. A partir del año 2014 se sumaron más integrantes, entre ellos los miembros jugadores del *trading card game* (TCG) o juego de cartas coleccionables y se incorporaron 11 hombres y 3 mujeres. Desde el 2017, se unieron estudiantes de primeros ciclos de estudio y se incorporaron 6 hombres y 1 mujer. Por lo tanto, “Ukato no Sekai” empezó siendo un grupo donde predominaba el número de mujeres en el 2010, sin embargo, a lo largo de los años este número se redujo hasta tener en la actualidad un porcentaje de 30% de miembros femeninos. Se sigue la tendencia que se observa en otros grupos otaku existentes, pues se considera que existen más otakus varones que mujeres, como señala Miravalles (2009) en su texto sobre los “*Hikikomori: otaku, manga y anime*”. Es importante señalar que los integrantes de “Ukato no Sekai” fueron inicialmente más mujeres que hombres; sin embargo, con el paso de los años la situación fue cambiando hasta estar conformado por una mayoría de hombres.

Las carreras universitarias que estudian los miembros del grupo son variadas. Se observa que hay integrantes que provienen de las carreras de ingeniería, psicología, derecho, educación, gestión y alta dirección, ciencias y artes de la comunicación, diseño gráfico y arquitectura.

De tal manera que, el proceso de construcción social de la identidad respondería a capas superpuestas de identidades sucesivas y simultáneas. Esto significa que la persona puede tener múltiples identidades, como ser *otaku*, ser estudiante universitario, etc. (Escudero, 2005)

Los miembros que se integran a “Ukato no Sekai” provienen principalmente de los primeros ciclos universitarios, es decir Estudios Generales Letras y Ciencias. Son tanto hombres como mujeres de entre 17 a 21 años, ya que es en este periodo donde los miembros tienen mayor tiempo libre para actividades extracurriculares y acceden a cargos como la coordinación de actividades del grupo durante el ciclo académico.

Estos jóvenes al estar en los primeros ciclos universitarios, recién están estableciendo relaciones con el entorno que les rodea. Por lo tanto, también están en búsqueda de sentirse parte de algo. Es así que al integrarse a “Ukato no Sekai”, tienen un espacio en el cual pueden interrelacionarse en torno al consumo de anime y reconocerse a sí mismos como *otakus*. Al respecto Rodrigo (2006) menciona que el “Sentirse integrante de un grupo neutraliza el miedo al aislamiento a partir de la realidad de verse miembro de algo” (p.4)

Respecto a la incorporación de nuevos miembros, el proceso comienza con una charla entre un miembro y un estudiante. Los miembros antiguos invitan a nuevos estudiantes al grupo, se reúnen en la universidad y hablan con miembros mayores. Es así que asumen pequeñas tareas para las actividades de la semana. Posteriormente, el miembro antiguo decide presentar al candidato a nuevo miembro ante los fundadores del grupo. Ellos conversan con él y se le designa el rol de “hijo”, ya que en “Ukato no Sekai”, su forma de relacionarse es la de ser una familia. Es por esto que los miembros nuevos son como “hijos”, mientras que los miembros fundadores son los padres y los miembros antiguos asumen otros roles de familia como el de primo o tío. Cabe destacar que los fundadores del grupo, María Rosa (25 años) y Miguel (27 años) son los miembros de mayor edad del grupo y son pareja, lo cual refuerza el rol de padres que asumen. Además, este es un caso particular, ya que el perfil del estudiante universitario promedio es de 18 años hasta aproximadamente 24 años, ellos sobrepasan la edad promedio, pero aún son estudiantes universitarios. Por otro lado, otra palabra con la que los miembros

nuevos denominan y se dirigen a los miembros antiguos es la de “*sempai*” (denominación japonesa al dirigirse una persona de menor edad a otra que es unos años mayor a ella).

La identidad se resguarda en conceptos como “La [...] jerarquía (que cambia N. de R.) por horizontalidad, mientras espectáculo evoluciona hacia performance” (Silva, 2008, p.221). Ellos poseen una lógica de organización familiar que toman de la lógica social japonesa y de esta manera buscan el fortalecimiento de sus relaciones y las formas de actuar del grupo se convierten en formar de hacer.

Podcamisky (2006) opina al respecto que

Al ingresar en un grupo, cualquiera que sea, cada integrante busca la mirada de otros y mira a los otros desde su grupo interno [...] Es así que como sujetos reproducimos el lugar donde fuimos mirados, donde fuimos reconocidos. Es por esto que los roles en un grupo tienden a la cristalización y por lo tanto se resisten al cambio. (p.8)

Luego de que los miembros nuevos son aceptados, se les integra al grupo al invitarlos a comer en conjunto con los miembros antiguos. Además, se les agrega a los medios de comunicación privados, como los chats grupales, que se dividen en el chat general en el que se agrega a los miembros nuevos para que puedan interactuar con los demás miembros antiguos. Ellos conversan sobre animes, asuntos personales, hacen bromas mediante memes y tienen *nicknames* o apodos. Al respecto, Rodríguez (2009) menciona que “La construcción de identidad también [se da N. de R.] a través de la elección de un *nick* (apodo N. de R.) y una imagen de algún personaje del anime con el que se identifican o que les gusta”. Por lo tanto, ellos se reconocen a sí mismos y por los demás a través de estos *nicks*.

Además, existe un chat en el cual solo incluyen a los coordinadores, subcoordinadores, ex coordinadores y fundadores, donde se coordinan y toman decisiones sobre las actividades que

realizará el grupo. Es así que “Nacen las telepresencias, que forman redes de identidad grupal, (pues estamos ante una N. de R.) red simbólica en expansión permanente [...] de ciudadanos conectados en red, pero no sólo al computador, sino también en las redes de comunicación y en redes sociales” (Silva, 2008, p. 307). Esto quiere decir que se usa la tecnología para seguir conectados, comunicados, unidos (además de que también están unidos a través de las palabras) y estas telepresencias fortalecen las redes de identidad grupal. En el caso de “Ukato no Sekai”, ellos además de tener sus reuniones presenciales como grupo, también se mantienen conectados a través de la utilización de la tecnología mediante los chats de plataformas de redes sociales (Facebook, Whatsapp) para comunicarse y mantener sus relaciones a través de los chats donde pueden conversar de lo que deseen. Es de esta manera que se afianza la comunicación entre los miembros y la identidad como grupo.

Se observa también rotación de miembros y de tareas, el grupo estuvo conformado desde el 2010 solo por estudiantes de Estudios Generales Letras. Con el paso del tiempo, se unieron nuevos integrantes provenientes de otras facultades; sin embargo, algunos miembros antiguos (*sempai*) que estaban estudiando en ciclos superiores, no tenían suficiente tiempo libre para dedicar a las actividades del grupo y pasaron a ser miembros de apoyo, cuya tarea consiste en aconsejar a los nuevos miembros que asumen nuevas responsabilidades. Algunos dejaron de ser miembros del grupo por razones de trabajo, cambio de universidad o similares.

Al respecto, Rosenfeld (2005) explica que

La adscripción a un grupo en determinado momento, por otro lado, no implica una permanencia constante [...] De esta forma la antigüedad (tiempo de permanencia en un grupo N. de R.) es una forma de marcar autenticidad, es decir, adscribir realmente al discurso que el grupo y/o cultura sostiene [...] y que realmente comparta la visión del mundo, los valores e intereses del grupo (p.38).

Por lo tanto, tener más tiempo de permanencia en el grupo es una forma de diferenciación positiva que demuestra que este miembro se identifica con los ideales del grupo.

Respecto al sistema de organización de “Ukato no Sekai”, el cargo de coordinación del ciclo académico es primordial y es asumido por dos personas. Uno es el coordinador del ciclo académico, quien es representante frente a las autoridades universitarias y otro es el subcoordinador, quien apoya al primero y asume tareas administrativas. Actualmente el grupo no posee un estatuto o reglamento; sin embargo, son los miembros fundadores quienes llevan la memoria de las normas del grupo. Los roles, status y responsabilidades son rotativos (coordinadores, miembros antiguos, nuevos) y van cambiando, salvo el de los fundadores que asumen un rol de padres. (Rosenfeld, 2005). “Ukato no Sekai” es entonces un grupo donde existen jerarquías establecidas, pues para ellos la idea de grupo es la de “familia”.

El grupo crea una vida social con actividades privadas (del grupo interno) y públicas para la comunidad PUCP. Sus actividades internas son tanto dentro de la universidad como fuera de esta. En el primer caso, ellos suelen reunirse en el comedor central de la PUCP para conversar sobre las actividades que realizarán durante semana, además de otros temas en común, como el anime, las clases, su vida personal. “Ukato no Sekai” sería un grupo primario, Rosenfeld (2005) lo define de la siguiente manera

Se distinguen a los grupos primarios de los secundarios, estando los primeros caracterizados por continuas interacciones cara a cara, por una identificación personal intensa con el grupo gracias a fuertes vínculos de afecto hacia los miembros, con relaciones multifacéticas entre ellos y por la tendencia a permanecer en el tiempo. Los grupos secundarios, en cambio, tienen como rasgos una limitada interacción cara a cara, una identificación débil y modesta de la persona con el grupo, vínculos de afecto débiles entre los miembros, relaciones

limitadas y tendencia a no permanecer en el tiempo (citado de Light, Donald; Keller, Suzanne; y Calhow, C, 1991).

Es así que, en ese proceso de conocerse entre los miembros, afianzan los vínculos de confianza y amistad entre ellos. Además, suelen tener salidas como grupo de amigos. Van juntos al Centro Comercial Arenales¹⁷, uno de los lugares más conocidos por los *otakus*, debido a que reúne tiendas, restaurantes, espacios de reunión dedicados a la industria cultural japonesa, sobre todo al manga y anime. La oferta incluye productos importados de Japón y *fanmade* (hecho por fans), dvd's, posters, productos coleccionables como cartas de juego, figuras de acción, *merchandising*, videojuegos, vestuario (pelucas, trajes temáticos), alimentos (makis, sushi, sopas instantáneas, golosinas y bebidas importadas de Japón y Corea del Sur). Los miembros del grupo van a comprar productos y a comer juntos comida japonesa. Además, suelen asistir juntos a eventos como el "Otakufest"¹⁸ (convención de anime, manga y comics que se realiza anualmente), así como al Matsuri AELU¹⁹ (Festival de la Asociación Estadio La Unión) y

¹⁷ El Centro Comercial Arenales fue inaugurado en 1979 por un grupo de comerciantes del distrito de Lince en Lima. A fines de la década de los ochenta e inicio de los noventa, debido a la crisis económica y el terrorismo, los negocios decayeron. Sin embargo, a finales de los noventa, debido al boom de la transmisión de anime en la televisión peruana y a la creciente cantidad de fanáticos, en 1998 los hermanos Iván y Rafael Antezana, creadores de la revista Sugoi, inauguraron una tienda en ese centro comercial y vendían vhs de series animes que ellos editaban, los números de su revista, productos *fanmade* como polos, accesorios y figuras de acción. En el 2008 la tienda cerró, pero dio paso a la inauguración de nuevos locales que promovían la cultura popular *otaku* a través de la venta de dvd's, posters, *merchandising* importado de Japón y *fanmade*, restaurantes de comida japonesa, tiendas de cosplay, siendo así un lugar único en Latinoamérica. (Reyes, 2019)

¹⁸ El Otakufest fue una convención anual de anime, manga, comics y videojuegos donde se promovió principalmente la industria cultural japonesa. Fue realizada por primera vez en el año 2008 en Lima hasta el año 2017. Presentaban a cantantes japoneses, así como latinoamericanos y actores de voz. Se realizaban concursos de dibujo, karaoke, cosplay, guerra de bandas, trivía de series anime. Además, se promovía la venta de *merchandising* de productos importados de Japón, así como *fanmade* (hecho por fans). Sus organizadores fueron Christian Rojas y Walter Vega, ambos otakus y fundadores de la productora "Proyecto Otaku", que realizaba este evento. (Vilcachagua, 2015). Si bien los organizadores refieren que había miles de asistentes por día, no se ha podido identificar aún una fuente que lo confirme.

¹⁹ El Matsuri AELU (Festival de la Asociación Estadio La Unión) es la principal festividad anual de la Semana Cultural del Japón en Perú y celebra cada noviembre la migración japonesa al Perú. Este evento es organizado por la Asociación Estadio La Unión (AELU), la cual es una organización cultural que congrega a los ciudadanos japoneses y de ascendencia japonesa o *nikkei*, residentes en el Perú; y la Asociación Peruano Japonesa (APJ). El programa se organiza alrededor de costumbres y tradiciones japonesas vinculadas a la gastronomía, vestimenta, música tradicional, artes marciales (kendo, aikido, karate, judo). Se presentan shows a cargo de grupos *covers* de baile de j-pop y de artistas japoneses y *nikkei*. El festival concluye con el tradicional *Hanabi*, espectáculo de fuegos artificiales. Su primera edición fue en 1991 con 3000 asistentes *nikkei* y su popularidad fue aumentando con el tiempo. En el año 2017 tuvo una asistencia de cerca de 20 mil personas (Peru Shimpō, 2017)

Natsumatsuri²⁰ (Festival de verano), ambos eventos organizados por la Asociación Peruano Japonesa (APJ). La diferencia entre el primero y el segundo, además de que se realizan en diferentes estaciones del año, es que el primero está dedicada a promover la cultura japonesa en general, mientras que la segunda se centra en el fomento de la industria cultural japonesa, como lo son el anime, manga, música pop japonesa y similares.

Todas las actividades y acciones previamente descritas, muestran que el grupo posee ritos, prácticas sociales, con los cuales afianzan las relaciones grupales entre ellos. Contreras (1996) menciona que

Todas estas acciones colectivas juveniles están caracterizadas por un mismo tipo de cuestión, esto es, que constituyen un espacio que se construye, se opera y que debe ser entendido en tanto espacio ritual. Por esa misma característica es que los jóvenes se sienten convocados por este espacio, ya que pueden constituir en él una identidad como sujeto colectivo. Y esto, no sólo porque allí puedan socializarse en determinadas normas, prácticas y valores, sino que en esos 'lugares', ellos pueden ser y encontrarse efectivamente como jóvenes. (p.164)

“Ukato no Sekai” genera además espacios rituales cuando se reúne dentro de la universidad. Las actividades públicas del grupo incluyen proyecciones de series y películas anime, reuniones de coordinación para elección de las series animes por ciclo, concursos de karaoke

²⁰ El Natsumatsuri (Festival de verano) es una festividad anual que se realiza en las instalaciones de la AELU en Lima, desde el año 2010 y es organizado por Keijiban Kurabu, organización conformada por profesores y alumnos del idioma japonés que se dedica a la difusión de la cultura japonesa y forma parte de la APJ. En este evento se promueve principalmente la cultura popular japonesa (manga, anime, j-pop) y también se llevan a cabo concursos de baile, cosplay, talleres de manualidades, *shodō* (caligrafía japonesa), se vende platillos y bebidas japonesas, *merchandising*. Además, se realizan pasarelas de cosplayers japoneses y un concierto final de cantantes japoneses y peruanos.

anison o música anime y torneos de cartas coleccionables Yu-Gi-Oh!²¹ y Cardfight!! Vanguard²².

“Ukato no Sekai” empezó sus actividades en octubre del 2010 con la proyección de la película anime llamada “Summer Wars”²³ (2009). A partir del 2011, proyectaron series anime y cerraban cada ciclo académico con una película anime. Además, desde el 2013, Luis León al asumir el cargo de coordinador, incorporó a las proyecciones finales de cada ciclo un espacio para que diversos profesores de la universidad o de otras instituciones comenten las películas desde su área de especialidad. Este es un modelo de organización de la actividad que se siguió en los ciclos posteriores. El hecho de invitar a ponentes refuerza el vínculo universitario educativo con el anime.

Desde el año 2014, sus actividades públicas variaron incluyendo concursos dirigidos a la comunidad PUCP. Se realizó el primer torneo de juego de cartas coleccionables de Yu-Gi-Oh! Desde el año 2015 se convocó a concursos de karaoke anime o *anison* (música anime) y desde el 2017 empezaron los torneos del juego de cartas coleccionables Cardfight!! Vanguard.

Este grupo otaku comparte distintas prácticas propias en la comunidad PUCP. Siendo así que el anime es convertido en un objeto de culto a través del cual se establecen espacios rituales

²¹ Yu-Gi-Oh! es un juego de cartas coleccionables lanzado en 1999, producido y distribuido por la compañía japonesa Konami. Está basado en el juego “Duelo de Monstruos” mostrado en su manga homónimo, creado por Kazuki Takahashi en 1996 (Medina, 2016). Los jugadores se enfrentan utilizando un mazo de entre 40 a 60 cartas de tipo monstruo, mágicas y de trampa para derrotar a los monstruos de su adversario y así reducir a 0 los puntos de vida de su adversario. (Konami, 2020). Fue nombrado el juego de cartas coleccionables con cartas más vendidas en el mundo por el Libro Guinness de récords mundiales, con más de 22 mil millones de cartas vendidas (Barret, 2013)

²² Cardfight!! Vanguard es un juego de cartas coleccionables creado en el año 2011, producido por la compañía japonesa Bushiroad. Los jugadores se imaginan a sí mismos como espíritus en duelo en el planeta ficticio Cray y tienen un personaje principal, Vanguard, que es asumido por el jugador. Los participantes luchan usando unidades (personajes en las cartas) para atacar, defender o realizar tareas adicionales. (Loh, 2017).

²³ Summer Wars (2009) es una película anime del género comedia romántica y ciencia ficción, dirigida por Mamoru Hosoda. Presenta la historia de Kenji Koise (17), un joven de Tokio que le gustan las matemáticas y la informática. Su vida cambia cuando una compañera de su clase, Natsuki Shinohara (17) lo invita a pasar las vacaciones en un pueblo, en la casa de su familia. Al llegar al pueblo, Kenji se da con la sorpresa que tiene que hacerse pasar por el novio de Natsuki para complacer a la abuela de esta. Ese mismo día él recibe por mail una serie de símbolos misteriosos que intentará descifrar. Al día siguiente, el mundo cambia radicalmente y la misión de Kenji, Natsuki y su familia es volver a restaurar el orden del mundo. (Rojas, 2014)

donde sus integrantes se relacionan e interactúan, compartiendo códigos de la identidad *otaku*. (Álvarez Gandolfi, 2015). Pues como precisa Rosenfeld (2005) “La adopción de símbolos también se utiliza como atributo distintivo que permite demarcar la diferencia entre yo (nosotros) y otro (los otros)”.

Una de las actividades públicas de “Ukato no Sekai” para la comunidad PUCP son las reuniones de coordinación para elección de las series anime de cada ciclo y son realizadas tanto a inicio de ciclo como al final. Durante el periodo 2011 al 2017-I, las series y películas anime se eligieron por votación simple por parte de los asistentes a las reuniones de coordinación de cada ciclo. Cada asistente postulaba series anime con 12 o 13 capítulos, pues se quiere proyectar dos series en la primera mitad del ciclo y dos series en la segunda mitad. Además, se busca que los miembros nuevos participen apoyando en la organización de las actividades.

Otra de sus actividades públicas es el concurso de karaoke anime o *anison*. En sí, el karaoke “es una actividad traída de las costumbres del Japón actual” (Parada y Uribe, 2010, p.83). Las pistas que se cantan están basadas en canciones provenientes de objetos de la cultura de masas, en este caso, de las canciones de los animes (Álvarez Gandolfi, 2017).

Para participar en los concursos de karaoke *anison*, los participantes deben cantar canciones de las series anime, ellos pueden elegir de sus series preferidas el *opening* (canción de entrada), el *ending* (canción de salida) o *OST* (Original Soundtrack). También se puede elegir cantar alguna canción relacionada a algún producto de la industria cultural japonesa, ya sea una canción utilizada en un *live action* (película con actores, basada en un anime), en un videojuego de temática anime, una canción de J-Pop (Pop japonés), J-Rock (Rock Japonés), etc.

Fue el coordinador del ciclo académico 2015-I, Chrystian Noé de la Cruz quien, con el apoyo de todos los miembros del grupo, crearon las bases del concurso. Además, para los términos y

condiciones, así como el reglamento y los criterios de evaluación de cada participante, recibieron los consejos de María Rosa Huerta, una de las fundadoras del grupo.

Por lo tanto, el concurso de karaoke anime de “Ukato no Sekai” fue un proyecto gestado de manera grupal que necesitó de la participación de los miembros del grupo. De esta manera, “la legitimidad [...] es otorgada por los otros participantes de aquel escenario en donde se desenvuelve dicha fachada que presenta cada actor” (Riquelme, 2018, p.112), esto está referido a que cada miembro del grupo cumple una función dentro de la práctica social, es así que la interacción entre los miembros legitima las funciones que asume cada uno.

Este concurso se realiza a mitad del ciclo académico convocando así a la participación de cualquier estudiante de la comunidad PUCP, además es promocionada unas semanas antes por las plataformas de redes sociales de “Ukato no Sekai” (Facebook e Instagram). El concurso se realiza en un aula de la facultad de EE.GG.LL, generalmente donde siempre se organizan las actividades del grupo. El día del concurso cada participante debe llevar la pista o video de la canción elegida y esperar su turno para poder cantar. El jurado está compuesto por tres jueces (ya sea un miembro del grupo, un conocedor en tema de canto y Gianfranco Larrea, cantante *anison* o de música anime del grupo peruano “Revolution Taimu”). Ellos rigen su voto por criterios de evaluación como afinación de la voz, performance, interacción con el público, conocimiento de la letra. Los premios son variados, en los primeros concursos se ofreció un incentivo monetario. Esto ha ido cambiando en los siguientes concursos, los premios son productos de temática anime como dvd's, posters, peluches, cartas de juego originales, pases libres para ir a un karaoke de temática anime.

El concurso de karaoke anime tiene carácter de espacio ritual. Los participantes asumen roles específicos, comparten códigos y símbolos comunes, asumen reglas de comportamiento y participación y crean formas de gratificación que desde el grupo organizador se ofrece a los

participantes. El sentido de este concurso es de socialización e integración. Quienes participan se expresan con el cuerpo y la voz, manifiestan sentimientos y emociones. De esta manera, el cantar se convierte en una forma de expresión de la subjetividad de cada uno. (Silva, 2008)

Otra de las actividades públicas de “Ukato no Sekai”, es el torneo de cartas coleccionables Yu-Gi-Oh! y Cardfight!! Vanguard. Primero, es necesario explicar lo que es un juego de cartas coleccionables o también llamado TCG.

Loh Zhen Yu (2017) define al *trading card game* (TCG) o también conocido como juegos de cartas coleccionables como “un pasatiempo que presenta las características de un artículo coleccionable; así como mecanismos de juego complejos” (citado de Brian-Marshall, Van Druenen y Wang, 2010).

Además, tiene características particulares

Son cartas que tienen diferencias en habilidades y personalización en el juego. Los jugadores de TCG deberán reunir un conjunto de cartas (conocido como mazo) para poder jugar con otros jugadores y en él también hay cartas adicionales de expansiones que se pueden usar juntas en el juego [dando N. de R.] diversidad de selección de cartas y estrategia. La formulación es lo que hace que este juego sea interesante; ya que no solo fomenta la creatividad, sino que también fomenta la interacción social entre las personas. (Loh Zhen Yu, 2017, p.1)

El TCG es entonces un juego de cartas coleccionables que tiene códigos y símbolos particulares, los cuales solo pueden ser decodificados por los jugadores de este tipo de juego. Además, de que implica la interacción entre ellos, generando espacios comunes.

Uno de los juegos reconocidos mundialmente es el juego de cartas coleccionables llamado Yu-Gi-Oh! el cual está basado en su manga homónimo (1996) y que tuvo su primera serie anime

en 1998. La historia muestra la vida de un adolescente llamado Yugi Muto quien, junto a sus amigos, se embarcaban en nuevas aventuras para encontrar las cartas de los Dioses Egipcios y así recuperar los recuerdos del Faraón Atem o Yami, quien encarna en Yugi cada vez que se enfrenta a nuevos contrincantes en las batallas llamadas “Duelo de Monstruos”. Es a partir de estas batallas que se basa el juego de cartas coleccionables Yu-Gi-Oh! (TCG), donde cada contrincante debe luchar eligiendo los monstruos de cada carta, ejecutando estrategias y técnicas que implican conocer el tipo de carta, el tipo de monstruo, sus fortalezas y debilidades.

Es importante mencionar que Yu-Gi-Oh! es considerado un *media mix*

Un drama muy explícito de lo hiperreal, de objetos de la imaginación cada vez más vívido, realista y omnipresente, hasta el punto de minar la fuerza de los cuerpos de carne y sangre [...] Todo el proyecto Yu-Gi-Oh! (figura N. de R.) en diferentes espacios de consumo, juego, espectador y acción social (Ito, 2006, p.4)

El TCG de Yu-Gi-Oh! es un producto cultural japonés que se ha manifestado en diferentes formas (manga, anime, TCG, videojuego) y que apela a la imaginación del jugador, de esta manera, el jugador es capaz de vivir como real el juego.

“Ukato no Sekai” realizó el primer torneo de Yu-Gi-Oh! en el año 2014, desde el primer ciclo académico (2014-I) (a excepción del ciclo 2017-I). Esta actividad fue propuesta por seis miembros del grupo: Daniel Tineo, Paulo Noronha, María Rosa Huerta, James Delgado, Miguel Cueva y Enrique Llanos, siendo este último el coordinador de ese ciclo (2014-I) y quien cumplió el rol tanto de organizador como juez del primer torneo. Este torneo se realiza dos veces al año y se convoca a la participación de cualquier estudiante de la comunidad PUCP, así como al público externo de la universidad. Esta actividad es promocionada unas semanas antes por las plataformas de redes sociales de “Ukato no Sekai” (Facebook e Instagram). El concurso se realiza en un aula de Estudios Generales Letras.

Al primer torneo del 2014-I asistieron 14 participantes, al segundo en el 2014-II asistieron 20 participantes y hasta la actualidad la media es de 32 participantes. Cabe destacar que a este torneo también asisten miembros de otras comunidades de anime y de juegos de cartas. Además, se utiliza el reglamento oficial de Konami, empresa que desarrolla las cartas coleccionables de Yu-Gi-Oh! La mecánica del torneo es de eliminación simple hasta llegar a la ronda final y solo hay un ganador. Por la acogida del público y el número de jugadores, logró despertar el interés de tiendas locales con quienes hicieron convenios para incluir a jueces oficiales y contar con premios como nuevas cartas y accesorios del juego.

El TCG Yu-Gi-Oh! se convirtió en una práctica donde los jóvenes fueron compartiendo códigos y símbolos para jugar. Para Ito (2006) Yu-Gi-Oh! demuestra “cómo las tecnologías de medios omnipresentes en entornos cotidianos integran la imaginación en una gama más amplia de sitios de actividad social” (p.6).

Para Bueno (2016) el juego es una actividad lúdica que tiene la capacidad de absorber al jugador, el cual se sumerge en su mundo de fantasía donde compromete su emocionalidad. El jugador no espera una compensación, juega por el placer de jugar. (citado de Lacasa, 2011).

Otro de los juegos TCG es Cardfight!! Vanguard. Es un juego de cartas coleccionables que se lanzó junto con el anime del mismo nombre en el año 2011. Trata la historia de Aichi Sendou, un adolescente que cursa el tercer año de secundaria y que pasa su vida escolar desapercibido, hasta que un día le roban una carta especial del juego Cardfight!! Vanguard que le regalaron cuando era niño. Para recuperar su carta él se inicia en las peleas de cartas o *Cardfight!!* y desde ese momento cambia su vida. Cada jugador debe tener una baraja de 50 cartas donde puede tener hasta 4 repeticiones de cada una. Las batallas en el anime se dan en el planeta Cray, donde los jugadores son cuerpos astrales y se invocan monstruos, también llamados “unidades” de ese planeta mediante el movimiento “Call”, se utilizan diferentes estrategias como “Ride”

donde el jugador adquiere las habilidades de las unidades, una vez que posea a una de ellas, este se convierte en “Vanguard”, quien conducirá a los demás monstruos del jugador en la batalla. De modo que se da inicio a la batalla y se utilizan diversas estrategias para poder vencer al oponente.

Este torneo de TCG Cardfight!! Vanguard se realiza por primera vez en “Ukato no Sekai” en el ciclo 2017-I. Cesar Moncayo, actual coordinador del ciclo, junto al apoyo de otros miembros, como Alejandro Sandoval, se encargaron de la organización de este torneo. De esta manera, se convoca a la participación de cualquier estudiante de la comunidad PUCP, así como al público externo de la universidad. Esta actividad es comunicada unas semanas antes por las plataformas de redes sociales de “Ukato no Sekai” (Facebook e Instagram). Además, es patrocinada por tiendas de juegos de cartas que ofrecían productos como los de Cardfight!! Vanguard. El torneo se realiza en un aula de la facultad de Estudios Generales Letras y en esta edición se llenaron todos los cupos del torneo permitiendo la participación de personas externas a la PUCP.

El torneo también fue organizado por todo el grupo, se utilizaron las plataformas de redes sociales para comunicarlo al público. Esta primera actividad de Cardfight!! Vanguard inició con un taller para aprender a jugarlo y terminó con un pequeño torneo entre los participantes. La mecánica del torneo es de eliminación simple hasta llegar a la ronda final y solo hay un ganador. El premio otorgado para el primer puesto fue sobres de cartas, más una invitación al torneo nacional de Cardfight!! Vanguard.

El propósito de este torneo es promover el juego de cartas coleccionables dentro de la comunidad universitaria, ya que algunos de los miembros nuevos de “Ukato no Sekai” eran jugadores de Cardfight!! Vanguard y querían convocar a estudiantes interesados en este juego a través de la organización de talleres y torneos.

Loh Zhen Yu (2017) postula que “dada la naturaleza de que los jugadores de TCG tienden a tener una comunidad que se fomenta jugando o involucrándose en el juego, existe una creación de identidad y pertenencia al grupo” (p.32).

“Ukato no Sekai” es un grupo *otaku* universitario que durante 7 años se ha mantenido en actividad, debido a la acción de sus miembros fundadores en conjunto con los demás miembros antiguos y nuevos. El grupo integrado por 32 personas expresa gratitud por el espacio que le brinda la universidad y reciben permanentemente a estudiantes que compartan con ellos su interés por el anime. Programan actividades que convocan de manera abierta a la participación de estudiantes tales como proyección de películas y series anime, torneos de juegos de cartas y concursos. Además, participan y comparten como grupo *otaku* en espacios sociales y comerciales disponibles en la ciudad. Para organizarse han desarrollado normas de participación, han establecido roles, jerarquías y calendario de actividades.

CAPÍTULO IV: Resultados

4.1 Resultados de observación

A continuación, se presentan los resultados de la observación participante de tres actividades del grupo “Ukato no Sekai”, realizadas los días 27 de abril, 4 y 11 de mayo del 2017, en una de las aulas de Estudios Generales Letras de la PUCP.

Para este proceso de observación participante se elaboró una guía que considera los siguientes aspectos, según el orden en el que se desarrollaron las actividades: horario y locación de la proyección, mobiliario de la locación, uso de la pizarra, ingreso de los asistentes al aula, distribución de los asistentes en el aula, implementos o dispositivos llevados por los asistentes, código de vestimenta de los asistentes, establecimiento de responsabilidades entre los organizadores, comportamiento de los asistentes, programación de la proyección, relación entre los asistentes y el grupo organizador. A continuación, se presenta la información obtenida:

4.1.1 Observación N°1.

Grupo observado: Ukato no Sekai

Fecha: 27 de abril del 2017

Actividad: Observación de la sexta proyección del ciclo 2017-I de anime, organizada por el grupo “Ukato no Sekai” para la comunidad PUCP.

Descripción de la actividad: Luego de ingresar a la proyección, la investigadora²⁴ forma parte del grupo de asistentes y observa la actividad, así como la interacción entre los asistentes y los organizadores.

Resultados:

La investigadora llegó con 15 minutos de anticipación al aula de la proyección y se ubicó en la parte de al fondo, arriba (ya que los asientos eran escalonados). Esta ubicación permitió tener una visión panorámica del desarrollo de la actividad.

Se pudo observar que el horario de la proyección es de 12:15 a 03:00 pm, con un descanso de 20 min y que se realiza dentro de un aula de Estudios Generales Letras de la PUCP en el horario llamado “Jueves Cultural”, el cual es un horario de actividades culturales y recreativas organizado por la universidad dentro del campus para los estudiantes, por lo tanto, el horario de las proyecciones de “Ukato no Sekai” está determinado por el horario establecido por la universidad.

Se observó que durante los jueves culturales los jóvenes se reúnen y participan en grupos en los que se realizan actividades que van de acuerdo a sus gustos (Cafarelli, 2011). En este caso, “Ukato no Sekai” forma parte de este programa cultural.

Los jóvenes ingresan al aula donde se realizan las actividades de “Ukato no Sekai”. Esta aula es de tipo anfiteatro, pues está dividida en parte baja y alta. En la parte baja están la computadora, la pizarra y el proyector y ahí se ubica el grupo organizador para realizar sus actividades, mientras que en la parte alta se encuentran los asientos para los asistentes.

²⁴ Es importante acotar que la autora de la tesis se considera a sí misma *otaku*. La investigadora es estudiante de la universidad en donde se realizan las actividades de “Ukato no Sekai” y ya conocía el aula donde se realizan las proyecciones, pues anteriormente había asistido a las actividades de este grupo *otaku*. Durante la observación, las personas que se sentaron cerca de ella no se sintieron incómodas ante su presencia, pues no utilizó grabadora ni cámara fotográfica, solo se tomaron algunas notas a mano. Después de concluir la actividad, se escribieron los resultados. (Guber, 2001).

Uno de los elementos a destacar dentro del mobiliario es la pizarra, pues es utilizada como un soporte de comunicación de los organizadores hacia los asistentes, organiza la actividad, se publica itinerarios y normas, lo cual establece un orden de parte del grupo organizador hacia los asistentes. Ellos ingresan al aula a partir de las 11:55 am ya sea solos o acompañados y escogen el lugar donde se sentarán e incluso separan sitios para sus amigos. Algunos asistentes se sientan cerca del proyector y otros en los asientos que se encuentran en la parte más alta y al fondo del aula. Esta tiene un aforo de 54 personas y estaba a medio llenar, pues había aproximadamente 30 asistentes. Ellos eran jóvenes de aproximadamente 18 a 20 años de los primeros ciclos universitarios.

Algunos de los asistentes portaban elementos distintivos del *otaku*, como alguna prenda con un diseño relacionado a un anime o accesorios que llevaban colgados en sus mochilas como llaveros y pines incrustados. Se observó que esta es una práctica de las mujeres y no se observó en los hombres.

Se observa, además, que tanto el grupo organizador como los asistentes usaban sus celulares que están conectados a una red wifi provista por la universidad, de tal manera que el grupo organizador y los asistentes, además de compartir el espacio físico, también pueden comunicarse e interactuar de manera virtual, ya sea para conocer sobre las futuras actividades del grupo a través de su página de Facebook o para participar en los juegos de Kahoot (plataforma lúdica de encuesta virtual) del grupo. Los organizadores fortalecen su identidad grupal como “Ukato no Sekai” también a través de la utilización de estos medios tecnológicos. Por su parte, los asistentes escribían en sus celulares, algunos usaban la red social Facebook, esto es lo que pude constatar desde mi ubicación de participante en el aula. Al comenzar la proyección del video, dejaron de usar los celulares y se concentraron en ver la proyección.

Al llegar la hora de inicio de la proyección, uno de los jóvenes que estaba en la parte baja del aula se dirigió a los asistentes y dio la bienvenida, se presentó con su nombre, César Moncayo y dijo que él era el coordinador del ciclo, encargado de establecer la programación de esta proyección, así como de las actividades futuras del grupo. Además, presentó a los dos jóvenes que estaban a su lado como miembros de “Ukato no Sekai”, encargados de apoyarlo en la organización. No dijo sus nombres. César Moncayo invitó a los asistentes a formar parte del grupo y les dijo que si alguno estaba interesado se acercara a conversar con ellos (los organizadores) al finalizar la proyección.

Luego, el coordinador mencionó que se proyectarían tres capítulos, tanto de la serie *Bungou Stray Dogs* (2013) como de la serie *Watashi ga Motete Dosounda* (2016), además de que, al culminar la proyección del primer anime, se daría un intermedio.

El anime *Bungou Stray Dogs*²⁵ (2013), presentado en “Ukato no Sekai” es un anime *seinen*, el cual está dirigido a un público adulto masculino. Por su parte, *Watashi ga Motete Dosounda* (2016) es un anime *shōjo*, planteado para un público adolescente femenino.

Fue así que empezó la proyección de 3 capítulos seguidos de *Bungou Stray Dogs* (2013). Este anime está considerado dentro del género *seinen*, ya que es un anime dirigido a hombres adultos. Según la literatura consultada (Brenner, 2007; Parada y Uribe, 2010; Torrents, 2015) este género aborda una temática existencialista y demanda más concentración del espectador, sin embargo, la investigadora observó que este anime no trata temas muy complejos de

²⁵ *Bungou Stray Dogs* (2013) presenta una historia que toma como base a figuras literarias, en su mayoría literatos japoneses, quienes tienen poderes sobrenaturales. El protagonista es Atsushi Nakajima, un joven que fue expulsado del orfanato donde vivía y no tiene lugar a donde ir. Es así que mientras deambula por la rivera de un río, salva a un hombre de suicidarse, este era Dazai Osamu, un hombre que tiene, junto a sus compañeros escritores de poderes sobrenaturales, una agencia especial de detectives llamada “Agencia Armada de Detectives”. Es así que, luego de un suceso fortuito, él le propondrá unirse a la agencia. Otros autores japoneses que aparecen en la obra son Rampo Edogawa, Kenji Miyazawa y de otros países como Agatha Christie, Dan Brown, etc. En el 2016 se estrenaron dos temporadas, la primera de 12 capítulos y la segunda de 13 capítulos. En el año 2018 se estrenó la película basada en el mismo manga, llamada *Bungou Stray Dogs: Dead Apple* y en el 2019 se estrenó la tercera temporada de la serie. Todas estas animaciones fueron realizadas por el estudio BONES, uno de los estudios más reconocidos de animación japonesa.

entender en los tres capítulos proyectados. Además, presenta una combinación de escenas de comedia, misterio y hechos sobrenaturales.

Los tres capítulos presentados de *Bungou Stray Dogs* (2017) en la proyección fueron los capítulos, 10, 11 y 12. El capítulo 10 empieza con el rescate de Atsushi, el protagonista, luego de que la mafia portuaria lo secuestrase para recibir una recompensa. Él lucha con Akutagawa, uno de las cabezas principales de la mafia, logra vencerlo y vuelve a su oficina con su grupo de detectives. Luego de esto, Atsushi trata de reincorporarse a sus actividades con ayuda de sus amigos y aprender más de ellos. Sin embargo, llega el presidente del gremio a la agencia, quien había contratado a la mafia para que lo capturaran. Es así que se presenta ante el presidente de la agencia llamado Fukuzawa y le ofrece comprar su agencia de detectives con superpoderes, pero este no acepta. El gremio, como represalia, manda a sus subordinados a hacer lo posible para que le den la agencia, es así que capturan a algunos de los amigos de Atsushi para presionarlos; sin embargo, Atsushi logra salvarlos.

Lo destacable de este anime es su argumento, pues está basado en personajes reales, en este caso se trata de escritores en su mayoría japoneses y de otros países. Los personajes de la historia poseen poderes sobrenaturales y la serie construye un nuevo universo a partir de estas características y de la complejidad del mundo interior de cada personaje, pues cada uno tiene una historia personal que justifica su forma de ser y su comportamiento.

Luego de proyectar los tres capítulos, se dio pase al intermedio. En ese momento los asistentes pueden salir a comer (ya que no se puede comer dentro del aula), ir a los servicios higiénicos o quedarse en el aula esperando a la proyección del siguiente anime. Fue así que algunos de los asistentes salieron, mientras que otros se quedaron conversando con sus amigos, los que estaban solos escribían en sus celulares, revisaban sus redes sociales como Facebook. Al inicio de la proyección más de la mitad de asistentes eran varones; sin embargo, luego del intermedio,

cuando ya iba a comenzar la proyección del anime *Watashi ga Motete Dosounda* (2016) algunos de ellos ya no regresaron. Los asistentes que sí regresaron mantuvieron sus lugares donde se sentaron desde el inicio.

Al regresar, el coordinador se encargó de proyectar un archivo PPT que mostraba datos curiosos respecto a *Bungou Stray Dogs* (2013). Uno de los integrantes del grupo organizador llamado Jhosuen Gamboa (el coordinador lo presentó), expuso a los asistentes de dónde fueron inspirados los personajes principales, mejor dicho, sus referentes humanos los cuales, eran poetas japoneses del siglo XX y cómo habían sido diseñadas sus personalidades. Además, leyó una sinopsis del anime de la página web JK Anime, donde se puede visualizar anime.

Asimismo, invitó a los asistentes a seguir la segunda temporada que ya se había estrenado el año pasado. Fue así que algunos de ellos recurrieron a sus smartphones para consultar datos sobre este anime. El coordinador de ciclo también opinó que este anime brinda una forma entretenida y diferente de aprender sobre la literatura japonesa del siglo XX.

Luego de esto se dio pase a la proyección de los tres últimos capítulos del segundo anime llamado *Watashi ga motete dousunda*²⁶ (2016). Este anime está considerado como *shōjo* (dirigido a un público femenino adolescente o joven). Según la literatura consultada este tipo de animes tiene como protagonista a una adolescente cuyo mundo gira alrededor de las relaciones románticas y de amistad y esto fue lo que se vio en los capítulos proyectados, es un

²⁶ *Watashi ga motete dosounda* (2016) presenta una historia centrada en la vida de una estudiante de preparatoria con sobrepeso llamada Kae Serinuma, una *otaku fujoshi* (fan del género BL o Boys Love) que gusta imaginar situaciones románticas entre los estudiantes hombres de su escuela. Su vida cambia cuando su personaje de anime favorito muere, entra en depresión y al no comer por varios días seguidos, adelgazada intempestivamente. Es de esta manera que se vuelve más atractiva en su escuela y los chicos quieren conquistarla; sin embargo, ella solo está interesada en su club de historia, sus mangas y su personaje de anime favorito, así como de imaginar a sus compañeros de clase como parejas gay. Este anime se estrenó en el año 2016, contó con 12 capítulos y fue animado por el estudio Brain's base, que anteriormente ya había animado algunas series anime del género harem reverse como *Brother's Conflict* (2013) y *Dance with Devils* (2015).

anime de comedia romántica, escolar y “harem inverso” (varios chicos atractivos que interactúan con la protagonista)

Los tres capítulos presentados en la proyección fueron los capítulos 10, 11 y 12. El capítulo 10 empieza con la propuesta de Mutsumi y Serinuma para ir a explorar una cueva, donde probablemente haya un tesoro debido a un mapa que encontraron. Es así que luego de insistir, sus amigos Igarashi, Nanashima, Shinomiya y Nishina, van con ella y Mutsumi. Uno de sus amigos, Igarashi (que también está enamorado de Serinuma) le pregunta a él si está enamorado de esta, él no sabe que responder; sin embargo, luego de que se pierde dentro de la cueva y Serinuma le apoya ante la fobia que tiene a la oscuridad, descubre que en realidad él también gusta de ella. Al día siguiente llega a la escuela el hermano mayor de él como practicante de profesor y quiere conquistar a Serinuma, pero Mutsumi, junto con sus amigos tratan de que su hermano no tenga contacto con ella para que no pueda conquistarla, es así que luego de una batalla de cartas de juego coleccionables de historia, Mutsumi gana la batalla y su hermano deja de interponerse entre ellos. Mutsumi está a punto de declarársele a Serinuma, pero sus amigos (que también están enamorados de ella), luego de todos ponerse de acuerdo, declaran al mismo tiempo sus sentimientos a Serinuma. Es así que ella les da la opción de salir con cada uno de ellos para elegir con quien se quedaría. Al final, ella se reúne con ellos y les dice que su único novio siempre será Shion, su personaje anime favorito, y que no puede elegir a alguno y huye de la escena.

Este anime presenta varias escenas de comedia de la interacción entre los personajes tanto masculinos como femeninos. Respecto al diseño de los personajes, destaca el diseño de los personajes masculinos, pues tienen rasgos marcados, expresivos, finos y delicados, que según Brenner (2007) lo hace llamativo al público femenino. Además, destacan las expresiones de los personajes representados en símbolos visuales como el rostro sonrojado (por la vergüenza),

el signo de pregunta arriba de la cabeza (ante la duda), la sorpresa (dos círculos grandes en el rostro que representan los ojos bien abiertos), etc.

Respecto a la reacción del público espectador al ver este anime del género de comedia romántica, destacan las escenas de la imaginación de la protagonista que presentan escenas de romance gay. Tanto los espectadores hombres como mujeres observaron las escenas con la misma actitud, atentos y expectantes, sin moverse e incluso sin hablar entre ellos, muy pocas veces utilizaban su smartphone. Cuando se proyectaban escenas cómicas en alguna de las series anime proyectadas, ellos reían a carcajadas y con comodidad o si se mostraba alguna escena triste o conmovedora, ellos entristecían (suspiraban).

Al finalizar la proyección, el coordinador agradeció la asistencia del público y anunció que la próxima semana se realizaría el concurso de karaoke anime. Al escuchar esto, algunos de los asistentes dieron un grito de alegría, mientras otros conversaban entre ellos con una sonrisa en el rostro. El coordinador siguió comentando que para participar del concurso debían elegir una canción de algún anime y cantarla frente al público. Para inscribirse, la persona interesada tenía que enviar un email al grupo, adjuntando la canción en formato mp3 o mp4 junto con sus datos personales, como nombres, apellidos y facultad a la que pertenece. El coordinador agradeció nuevamente por la asistencia y culminó la proyección.

4.1.2 Observación N°2.

Grupo: Ukato no Sekai

Fecha: 04 de mayo del 2017

Actividad: Asistencia y participación en el sexto concurso de Karaoke Anime, organizado por el grupo “Ukato no Sekai” a la comunidad PUCP.

Descripción de la actividad: Luego de ingresar al aula donde se realiza el concurso, la investigadora forma parte del grupo de asistentes e incluso participa como concursante. Se observa la actividad, así como la interacción entre los asistentes y los organizadores.

Resultado:

La investigadora llegó con 15 minutos de anticipación al aula del concurso y se ubicó en la parte de al fondo, arriba (ya que los asientos eran escalonados). Esta ubicación permitió tener una visión panorámica del desarrollo de la actividad.

Al momento de ingresar al aula, ya se encontraba adentro un grupo de asistentes que ocupaban la tercera parte del total de asientos. Algunos estaban sentados solos en la parte alta, mientras que otros estaban en grupos, sentados en la parte baja. Esta vez, los asistentes eran jóvenes de entre aproximadamente 18 a 24 años de todos los ciclos universitarios y la cantidad de varones y mujeres era similar.

Algunos de los asistentes portaban elementos distintivos del *otaku*, como alguna prenda con un diseño relacionado a un anime o accesorios que llevaban colgados en sus mochilas como llaveros y pines incrustados, incluso una de las asistentes había llevado un peluche de tamaño mediano del anime “Naruto” y varios asistentes lo miraban.

Los organizadores también estaban presentes en la parte baja del aula, entre ellos estaba el coordinador del ciclo junto a tres miembros de “Ukato no Sekai”. Uno de ellos estaba dibujando en la pizarra para tiza el logo de “Ukato no Sekai” junto al logo de Facebook, para así promocionar su *fanpage*. El coordinador y un miembro del grupo estaban en la computadora eligiendo y proyectando videos de canciones anime, mientras otro miembro probaba el sonido del micrófono.

Conforme estaba cerca la hora del inicio del concurso, el aforo de 54 personas llegó a su límite, siendo así que uno de los miembros de “Ukato no Sekai” se colocó en la entrada del aula para decirles a las personas que recién llegaban que se podían sentar en los escalones que estaban al lado de los asientos.

Al ser las 12:15 pm, el integrante de “Ukato no Sekai” que estaba probando el micrófono se dirigió al público y dio la bienvenida a los asistentes, además dijo su nombre, Kike Llanos y que era estudiante de la facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la universidad. Él mencionó que sería el presentador y animador durante todo el concurso. Luego de esto, presentó al coordinador de ciclo, César Moncayo, junto a los miembros que le acompañaban, mencionó sus nombres. Además, pidió aplausos antes de presentar a los miembros de jurado, quienes estaban sentados en una de las filas de los asientos de adelante.

El presentador dio una pequeña introducción de cada uno de los miembros del jurado antes de presentarlos, siendo así que al primer jurado que presentó fue a Miguel, como uno de los fundadores del grupo, a Diego Burbano, como miembro de “Ukato no Sekai” y Gianfranco Larrea, como cantante local de música anime, integrante del grupo *anison* llamado “Revolution Taimu²⁷”.

El presentador mencionó la programación del concurso. Primero, la presentación de los participantes que duró 1 hora y 15 minutos, segundo, el juego de la encuesta hecha en Kahoot por el grupo que duró media hora y tercero, el espacio de karaoke libre que también duró media hora. Este último espacio es donde cualquier asistente elige una canción y puede cantarla solo o con un participante más. Fue así que, para empezar el concurso, invitó a los 12 participantes

²⁷ En Lima, existen grupos y solistas que se dedican a hacer *covers* de las canciones de los animes. Se les conoce por sus páginas de redes sociales, en especial, Facebook y se hacen populares presentándose en actividades de temática anime, ya sea proyecciones, festivales, convenciones, fiestas. No existe un registro de la cantidad de grupos *covers* y solistas, la entrevistadora solo conoce a 6 de ellos.

a acercarse a la mesa del coordinador para que elijan al azar un papel doblado que tenía escrito por dentro un número, de esta manera se estableció el orden de participación.

Durante el concurso, el presentador llamaba a cada participante²⁸ y le preguntaba en qué ciclo estaba y a cuál facultad pertenecía, además de preguntar que canción cantarían y a qué anime pertenecía. Generalmente, él hacía bromas tanto a los participantes varones como a los miembros del jurado, ya sea respecto a alguna prenda que vestía, alguna característica física o sobre su anime favorito. Tanto el participante como el público reía ante estas bromas y se creó un clima de complicidad entre todos.

Durante el concurso, el público aplaudía antes y después de la presentación de cada participante del karaoke. Algunos de ellos cantaron canciones reconocidas por los asistentes como “Butter-Fly” del anime *Digimon* (Kakudo, 1999) y “Pegasus Fantasy” del anime *Saint Seiya o Caballeros del Zodiaco* (Morishita y Kikuchi, 1986) ambas cantadas en su versión en español latino²⁹.

Ambas canciones fueron las más coreadas tanto por los asistentes como el grupo organizador, incluyendo el jurado. Todos aplaudían y gritaban ante la emoción de escucharlas. Estas canciones son recordadas especialmente por los *otakus* peruanos, ya que “Butter-Fly”, el opening 1 de *Digimon*, forma parte de los recuerdos de los espectadores cuando vieron anime de niños. Este anime se estrenó a finales de la década del noventa en el canal de “cable” o paga

²⁸ Una de las participantes en el concurso fue la investigadora y le tocó ser la primera en presentarse. Anteriormente ya había participado en algunos de los concursos de karaoke de “Ukato no Sekai”, ya que le gusta cantar canciones *anison*. Además, una de las asistentes que tenía en su sitio un peluche de Naruto, era también una de las participantes del concurso de karaoke y cantó uno de los openings de la serie que lleva el mismo nombre, siendo así que mientras lo hacía, ella abrazaba su peluche.

²⁹ Las versiones originales de las canciones de estos animes son interpretadas por cantantes o bandas japonesas, su idioma original es el japonés; sin embargo, al ser el anime exportado a países donde su idioma es otro (en algunos casos) se crean versiones de estas canciones al idioma del país al que llega. En el caso de los países de Latinoamérica, se le crea a los openings y endings, una versión cantada en español latino, es así que México es el principal país donde se realiza este proceso. (Cobos, 2010). “Butter-Fly” es la canción emblemática del anime *Digimon*, ya que es el opening 1 de esta serie. Se hizo conocida en toda Latinoamérica, ya que fue interpretada en español latino por César Franco, cantante *anison* mexicano, asimismo, “Pegasus Fantasy” es popular en su versión al español latino, interpretada por Mauren Mendo, también cantante *anison* mexicano.

“Fox Kids”. La otra canción era “Pegasus Fantasy”, el opening de *Los Caballeros del Zodiaco*, esta serie fue estrenada en el Perú en el año 1993 por un canal de señal abierta, es una canción reconocida como un clásico para el *otaku*.

El ambiente de confianza entre el presentador o animador (en representación del grupo organizador) y el público se fue creando poco a poco mediante los chistes y bromas, además de que tanto ellos como el jurado coreaban juntos a una sola voz las canciones de los animes.

Al terminar la presentación de los 12 participantes, el presentador dijo a los asistentes que, mientras los miembros del jurado deliberaban a los ganadores, se iniciaba el concurso tipo encuesta hecha en Kahoot por “Ukato no Sekai”. Esta es una plataforma lúdica de encuesta virtual donde se resuelven encuestas creadas por cualquier usuario, en este caso, la de “Ukato no Sekai”, que tenía preguntas de conocimiento general sobre series anime y que duraba 20 minutos. Para participar los asistentes tenían que ponerse un *nick*, de los cuales algunos de ellos eligieron nombres de personajes anime. El presentador mencionó que, si alguno de los participantes tenía alguna duda acerca de cualquier dato en la encuesta, podían buscar en el navegador de su celular, pero que esto les haría perder tiempo para responder, ya que solo tenían 10 segundos por pregunta. Cuando los asistentes acertaban alguna de las respuestas, ellos gritaban alegres y se reían de las respuestas incorrectas de los demás (que se mostraban en el proyector de manera anónima), ya que era absurdo para ellos que algunas personas escogieran esas respuestas. Al finalizar la encuesta, la persona que ocupó el primer puesto ganó una entrada gratuita al cine³⁰.

Al culminar este espacio, el presentador anunció 3 tres menciones honrosas y a los 3 primeros puestos, los cuales recibieron premios como dvd's de anime y cartas originales del juego Yu-Gi-Oh!

³⁰ La entrada al cine fue una donación del coordinador del grupo para ser premio del concurso de Kahoot.

Luego de esto se abrió el espacio de karaoke libre, donde los asistentes participaron en dúos o de manera individual. Ellos cantaron sin dar muestra de timidez y sonreían mientras lo hacían, ellos se divertían.

El coordinador del ciclo académico se dirigió a los asistentes dando por culminado la actividad y los invitó a la próxima proyección anime.

4.1.3 Observación N°3.

Grupo: Ukato no Sekai

Fecha: 11 de mayo del 2017

Actividad: Séptima proyección del ciclo 2017-I de anime, organizada por el grupo “Ukato no Sekai” para la comunidad PUCP.

Descripción de la actividad: Luego de ingresar a la proyección, la investigadora forma parte del grupo de asistentes y observa la actividad, así como la interacción entre los asistentes y los organizadores.

Resultado:

La investigadora llegó con 15 minutos de anticipación al aula de la proyección y se ubicó en la parte de al fondo, arriba (ya que los asientos eran escalonados). Esta ubicación permitió tener una visión panorámica del desarrollo de la actividad.

El aforo de la sala era de 54 personas y había aproximadamente 40 personas. Los asistentes eran jóvenes de aproximadamente 18 a 20 años de los primeros ciclos universitarios. Se observó que la cantidad de varones y mujeres era similar. Algunos de los asistentes que en la primera observación estaban y se sentaban solos, ahora se unieron a otros y conversaban sobre sus series animes favoritas.

Al momento de presentarse el grupo organizador, se observó que el coordinador del ciclo, César Moncayo, no estaba presente. Fue así que Miguel Cueva, uno de los fundadores de “Ukato no Sekai”, dio la bienvenida a los asistentes y presentó a Diego Burbano, uno de los miembros del grupo y que en esta proyección se encargó de la presentación de la programación, ante la ausencia del coordinador actual. Él mencionó que el primer anime a proyectar era *Baccano*³¹ (2007) y que, al finalizar la proyección de los dos capítulos, los asistentes podían salir en el intermedio de 20 minutos, después de esto se proyectó el segundo anime llamado *ReLIFE* (2016). Fue así que, él comentó de qué trataba el anime *Baccano!* (2007) y empezó la proyección de los dos primeros capítulos. Este es un anime *seinen*, dirigido a hombres adultos, las escenas de estos capítulos presentan una combinación de aventura, misterio, crimen y hechos sobrenaturales.

Los dos capítulos presentados de *Baccano!* (2007) en la proyección fueron los capítulos 1 y 2. La historia se sitúa en el año 1932 mostrando a un vicepresidente de un periódico que conversa con su asistente, quienes investigan una serie de extraños sucesos e intentan descifrar cuál es el móvil de estos actos que vienen ocurriendo desde el año 1711 hasta el inicio de la década de 1930. Por otro lado, la historia regresa al año 1931, presentando la lucha entre las familias de las mafias Runorata y Gandor, que tienen integrantes que poseen poderes sobrenaturales, mientras que ocurren una serie de eventos sobrenaturales en el tren *Flying Pussyfoot*. Es así que, en el segundo capítulo, se corre el rumor de que el tren está maldito y que los pasajeros que sobreviven no son humanos. Una pareja de asaltantes roba este tren para huir luego de haber robado dinero, pero en él también se encontraban varias personas que no sabían de este

³¹ La historia de *Baccano!* (2007) se sitúa durante la época de los años treinta, en un lugar inspirado en América del Norte y la época de la ley seca. Una serie de eventos extraños ocurren dentro del tren transcontinental llamado *Flying Pussyfoot*. Además, diferentes personajes van en búsqueda de diferentes objetivos, como las botellas perdidas del elixir de la inmortalidad, la guerra entre grupos mafiosos. Son diversas historias que tienen lugar en este mismo universo, pero en diferentes años. Este anime tuvo una temporada de 13 capítulos y la animación fue realizada por el estudio Brain's Base.

hecho, es así que todos tienen que evitar ser devorados por un monstruo que vive dentro del tren. En el capítulo 3, la historia presenta nuevamente estos saltos temporales entre los años 1930, 1931 y 1932 y las historias se centran principalmente en las disputas entre las familias de la mafia, los hechos sobrenaturales en el tren y la lucha por conseguir las botellas del elixir de la inmortalidad.

Un aspecto destacable de este anime es el tratamiento de las historias, pues su argumento se basa en el desarrollo de las diferentes historias en diferentes años, las cuales están relacionadas. Esto es un punto innovador para la época en la cual fue hecha esta animación, ya que los animes de aquel momento solían centrarse en la historia de un protagonista y del tiempo presente.

Además, otro aspecto destacable es la gráfica, pues tiene un estilo gráfico que evoca al cine negro o *film noir*, el cual es un género cinematográfico que se desarrolló en Estados Unidos entre la década de 1930 y 1950 y justamente este anime, además de que su historia se sitúa en esa época, también la evoca visualmente. Por último, otro aspecto sobresaliente es la música empleada en el anime. En primer lugar, el opening llamado *Guns 'n Roses* es netamente instrumental, innovador para el tiempo en que fue hecho este anime, pues según la literatura revisada, generalmente se escogen canciones cantadas por bandas reconocidas (Cobos, 2010), además de que los *OST* tienen el estilo musical del jazz y en conjunto con la historia y la gráfica, representan la época de los años treinta.

Luego de que se visualizaron los 2 capítulos, se dio pase al intermedio. En ese momento los asistentes pueden salir a comer (ya que no se puede comer dentro del aula), ir a los servicios higiénicos o quedarse en el aula, esperando a la proyección del siguiente anime. Fue así que algunos de los asistentes salieron, mientras que otros se quedaron conversando con sus amigos, los que estaban solos escribían en sus celulares, revisaban sus redes sociales como Facebook,

leían manga en su celular o laptop. Al estar cerca la hora de inicio de la segunda parte de la proyección, casi todos los asistentes regresaron.

El encargado de la proyección se dirigió a los asistentes mencionando el segundo anime a proyectar llamado *ReLIFE*³² (2016). Él les explicó de qué trataba el anime, siendo así que se visualiza el primer capítulo.

ReLIFE (2016) es un anime *seinen*. Según la literatura revisada, este tipo de animes está dirigido a un público masculino adulto, con historias que tratan temas como el existencialismo (Brenner, 2007; Parada y Uribe, 2010; Torrents, 2015) presentado a través de la historia del protagonista y su interacción con los demás personajes. Este anime tiene escenas de comedia, drama escolar y romance.

Los tres capítulos presentados en la proyección de *ReLIFE* (2016) fueron los tres primeros del anime. Presentaba la historia del protagonista, Arata Kaizaki, quien no ha tenido éxito tanto en su vida laboral como social. Una noche, mientras regresaba a su casa de una reunión con sus amigos, conoce en la calle a un joven llamado Ryo Yoake, quien le propone ser parte de un proyecto donde si pasa las pruebas y sigue las reglas, podrá ganar dinero y tener un trabajo estable. De esta manera, Yoake le da una caja pequeña; sin embargo, ese día al estar ebrio no recuerda los detalles del proyecto y al llegar a su casa abre la caja pequeña, ve una cápsula y la toma. Es así que, al día siguiente su cuerpo ha rejuvenecido y por la mañana recibe la visita de Yoake, quien le dice que debe ir a una preparatoria para volver a pasar su etapa escolar y de

³² *ReLIFE* (2016) presenta la vida de un adulto de 27 años llamado Arata Kaizaki, quien actualmente no tiene trabajo y acaba de perder el apoyo económico de su mamá. Un día se le presenta en la calle un hombre llamado Ryo Yoake, quien le ofrece la oportunidad de ser parte de un proyecto experimental llamado “*ReLIFE*” en el cual él tendrá que convertirse en un joven de 17 años e interactuar con los estudiantes de una escuela, como parte de un experimento para reformar *ninis* (jóvenes y adultos que no estudian ni trabajan). Al finalizar el proyecto, él recibirá dinero y un puesto de trabajo si logra alcanzar los objetivos trazados por el experimento, lo malo de esto es que todas las personas que lo conocieron como adolescente se les borraría la memoria, lo que implica que no podrá ser recordado por ellos. Este anime tuvo una temporada de 13 capítulos y 4 OVAS (Original Video Animation que capítulos especiales que vienen en la versión doméstica como dvd’s). La animación fue realizada por el estudio TMS Entertainment.

esta manera enderezar su vida y cambiarla para bien. Kaizaki trata de cumplir con las tareas de la preparatoria, pero se le hace muy difícil, incluso su cuerpo ya no tiene tanta resistencia para los deportes, además de que le cuesta relacionarse con sus compañeros de aula; sin embargo, logra hacer amistad con cinco de ellos.

Lo destacable de este anime es su historia, ya que a través del protagonista presenta el tema de la dureza de la vida adulta al no poder alcanzar los objetivos trazados. Este tema es de índole existencialista y se contrapone en cierto punto con el diseño o la gráfica de la animación, ya que los personajes poseen un diseño colorido y delicado, además de las numerosas escenas de comedia, que hacen olvidar al espectador la dureza de este tema.

Se observó que *ReLIFE* (2016) fue el anime que capturó la atención de los espectadores, pues ellos miraban atentamente esperando lo que pasaría luego de cada capítulo e incluso se proyectó un capítulo más a pedido del público, ya que generalmente se proyectan 2 capítulos. Cuando terminó la proyección, los asistentes querían seguir viendo el anime y fueron invitados, por el fundador Miguel Cueva, a la proyección de la siguiente semana.

Eran las 2:30 pm, por lo tanto, aún quedaba media hora libre de la proyección. Fue así que el fundador, junto al encargado de la proyección, invitaron a los asistentes a participar en un juego donde ellos proyectaban imágenes de anime y los asistentes debían responder a qué anime pertenecía. Ellos indicaron que los participantes que tuviesen la mayor cantidad de respuestas correctas ganarían diferentes premios, como dvd's de anime, cartas originales del juego Yu-Gi-Oh! y demás. Fue así que les dieron premios a los tres asistentes del público con mayor puntaje en el juego, el premio mayor fueron las cartas del juego Yu-Gi-Oh!

Por último, el fundador, así como el encargado, se dirigieron al público para invitarlos a seguir la página de Facebook de una banda de covers de J-Rock llamado ZhoryuBand. Fue así que culminó la actividad.

4.1.4 Observaciones generales.

Las historias que presentan las series anime han ido cambiando con el paso de los años. Desde finales de la década de los ochenta hasta aproximadamente la década del 2000, estas presentaban nuevos universos donde existían protagonistas únicos que encarnaban valores como la honestidad, la amistad, el nunca rendirse. Sin embargo, con el paso de los años, desde la década del 2010, pocos animes mostraban estas características y se centraban en presentar historias donde lo que primaba era el *fanservice* y las escenas de comedia. La complejidad de las historias fue cambiando hacia una simpleza narrativa. Es por esto que las preferencias del público espectador de aquella primera época están centradas en historias que muestren nuevos universos y protagonistas o personajes únicos, de esta manera, “Ukato no Sekai” proyecta este tipo de series anime, ya sea de hace varios años de estreno o actuales, que presenten historias con las cuales el público empatice con los personajes y que pueda vivir a través del anime nuevos universos.

Por tanto, el anime es capaz de generar emociones en el espectador, reforzando su conexión con él, configura la historia y los elementos visuales a partir de la emoción que busca generar en el espectador (Brenner, 2007).

Por ejemplo, en las actividades que forman parte de este estudio, las posibilidades de identificación de los espectadores con el protagonista de *ReLIFE* (2016) fueron evidentes, pues muestra la vida de un joven de 27 años que no ha tenido éxito en su vida laboral y social; en cierto punto, muestra las preocupaciones que tiene un joven luego de salir de la universidad. El protagonista del anime se pregunta por su vida, por su trabajo y estas son preocupaciones propias de jóvenes de esta edad. El anime muestra valores encarnados en sus personajes, por tanto, se modula la identificación con ellos. (Rodríguez, 2009; Parada, 2012; Conejo, 2012).

Los jóvenes que gustan del anime encuentran en “Ukato no Sekai” un espacio donde se expresan y comparten prácticas sociales, se interrelacionan en torno al consumo de anime y se reconocen como *otakus*. Una forma de expresar su identidad *otaku* y ser reconocidos por quienes comparten sus mismos códigos es portando elementos identitarios en su vestimenta y asistiendo de manera frecuente a actividades que provocan que la relación entre los asistentes vaya cambiando conforme se van encontrando y conociendo.

La interacción del grupo organizador con los asistentes está configurada por el lugar donde eligen sentarse los asistentes. La disposición del espacio permitió observar que los asistentes que estaban sentados en la parte baja del aula, cerca del grupo organizador, podían conversar con este, mientras que los que estaban sentados más atrás, en la parte alta, no tenían contacto cercano con los organizadores. La estructura del aula, como el mobiliario, configuran la ubicación de ambos grupos. Esto permite entender las relaciones que se establecen, como las jerarquías dentro del grupo y los roles que asumen, ya sea como miembro del grupo organizador o parte del grupo de asistentes. Al respecto Silva (2008) opina que la jerarquía fortalece las relaciones dentro de un grupo.

Se observa que en el grupo “Ukato no Sekai” existe una jerarquía, se establecen los roles para cada integrante del grupo. En este caso, se observó roles como el de coordinador del ciclo académico, encargado de las actividades del grupo y de quienes tienen la función de apoyarlo. Se establece un orden interno y los roles de cada integrante son expresados en la organización de las actividades públicas del grupo, al respecto Podcamisky (2006) menciona que los roles dentro del grupo tienden a la cristalización y que los sujetos reproducen el lugar desde donde fueron mirados y reconocidos. El hecho de invitar a los asistentes a formar parte del grupo, indica su disposición a integrar al grupo a más miembros que compartan sus mismos códigos, prácticas, así como responsabilidades.

El grupo organizador y los asistentes, además de compartir el espacio físico, también pueden comunicarse e interactuar de manera virtual a través de sus dispositivos móviles como celulares, ya sea para conocer sobre las futuras actividades del grupo a través de su página de Facebook o para participar en los juegos de Kahoot (plataforma lúdica de encuesta virtual) del grupo. Los organizadores fortalecen su identidad grupal como “Ukato no Sekai” también a través de la utilización de estos medios tecnológicos. Aunque no es parte del estudio, es importante señalar que el potencial de los dispositivos móviles para la organización del grupo, así como para el intercambio de opiniones y formas de consumo conjunto, es importante.

Es así que el concurso de karaoke es una actividad que ocurre una o hasta dos veces durante el semestre académico. Los *otakus* asisten especialmente a esta actividad, ya que es única en su tipo en la PUCP, por tanto, también es un espacio clave de integración para los *otakus*.

Por tanto, este proceso de observación ha permitido identificar formas de relación, de organización, ritualidades y roles, tanto de los fundadores del grupo "Ukato no Sekai", como de los integrantes del grupo organizador y de los asistentes a las actividades públicas. Esta información permitirá contar con un marco contextual que facilitará recuperar la experiencia de los fundadores a través de las entrevistas a profundidad que se presentan en el siguiente subcapítulo

4.2 Resultados de entrevistas: Los relatos de los *otakus*

Para explorar el proceso por el cual se construye la identidad *otaku* de los fundadores de “Ukato no Sekai” se realizaron entrevistas a profundidad. De los tres miembros fundadores, dos se mantienen activos en el grupo y compartieron sus experiencias para la presente investigación. Sus nombres son María Rosa Huerta (25 años), estudiante de la facultad de Derecho de la PUCP y Miguel Cueva (27 años), estudiante de la facultad de Derecho de la USMP, ex estudiante de la PUCP.

Se exploró la relación entre el anime y la vida de los entrevistados, por ello en el diseño de la guía de entrevistas semiestructuradas se tomó en cuenta cuatro ejes principales organizados en 18 preguntas. El primer eje de preguntas permitió identificar aspectos generales de los entrevistados. El segundo eje permitió conocer una aproximación a la relación de los entrevistados con el anime. El tercer eje de preguntas contribuyó a levantar información sobre su participación en el grupo “Ukato no Sekai”. Por último, el cuarto eje de preguntas se concentró en establecer cómo los entrevistados manifiestan su identidad *otaku*.

Miguel y María Rosa son estudiantes universitarios del sector medio, descienden de migrantes de diferentes regiones del Perú, como muchos estudiantes universitarios. Ambos tuvieron su primer contacto con el anime a través de la transmisión de series anime por canales de señal abierta.

Miguel fue a colegios públicos y privados en el distrito de San Juan de Lurigancho, María Rosa fue a un colegio privado del distrito de San Isidro. Al ingresar a la PUCP, ellos se conocieron en una actividad de un grupo *otaku* llamado “Bunka” en el año 2009 y es ahí donde se hacen amigos al compartir el mismo interés por el anime. Ellos asistían a las actividades de este grupo; sin embargo, estas disminuyeron por motivos internos al grupo y ya no se frecuentaban. En el año 2010, al reencontrarse en un curso de la universidad, surge la idea de crear un espacio propio donde se proyectasen tanto películas como series anime. Fue así que crearon “Ukato no Sekai” y es en este tiempo que también se convirtieron en pareja. Miguel y María Rosa fueron el 20 de setiembre del 2010 a la oficina OPROSAC de Estudios Generales Letras para solicitar un aula para realizar la proyección y para que las actividades del grupo “Ukato no Sekai” fueran consideradas dentro del programa de actividades culturales. La oficina pedía como requisito tener un integrante más, así que invitaron a Naomi Capani, una amiga de María Rosa, para que se una al grupo y aceptó.

4.2.1 Entrevista a María Rosa Huerta.

María Rosa Huerta, es una de las fundadoras del grupo “Ukato no Sekai”, grupo *otaku* en la PUCP. La entrevista se realizó en junio del 2017 en un aula de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la PUCP. Esta entrevista fue grabada y se contó con la autorización de la entrevistada. Además, se sostuvo dos reuniones más para completar la información

María Rosa es una estudiante universitaria de 25 años, estudia la carrera de Derecho en la PUCP. En sus tiempos libres, con respecto al anime, lee fanfics, juega videojuegos *otome*³³, ve series antiguas de anime para recordar y series recién estrenadas que ella considera interesantes. Además, compra dvd's de anime, descarga juegos *otome* y juega Cardfight Vanguard!! (juego de cartas coleccionables). No ha hecho cosplay porque considera que es un tipo de alabanza u honorificación al personaje.

Ella ingresó a la universidad mediante la modalidad de Tercio Superior (ingreso directo a la universidad por buenas calificaciones en el colegio) y quiere especializarse en derecho penal e internacional. Su padre nació en Lima y descende de una familia de Huaraz, es abogado y profesor universitario. Su madre es natural de Iquitos, es abogada y profesora en una escuela pública. También tiene un hermano menor que estudia la carrera de contabilidad en la PUCP. Actualmente viven en el distrito de La Molina. Durante su etapa escolar estudió en el colegio privado Isabel Flores de Oliva, ubicado en el distrito de San Isidro. Su primer contacto con el anime fue a través de la transmisión de series anime por canales de señal abierta. Luego de unos años, ella adquirió el servicio de televisión por “cable” y conoció más series anime, siendo así que por iniciativa propia fue adentrándose en el consumo de anime y se considera a sí misma como *otaku*.

³³ Se denomina videojuegos *otome* o *otome game* a una novela visual en forma de videojuego dirigida generalmente al público femenino. (Núñez, 2018, p.9)

Para la entrevistada, el anime es “una expresión artística y tiene que ver con el subconsciente de la persona, del autor, y los aspectos de su vida que han influenciado al anime que ha plasmado”. (M.R. Huerta, comunicación personal, 2017).

María Rosa prefiere las series que tienen elementos de fantasía y temática sobrenatural. Sobre todo, los animes del género *shōnen*, *seinen*, *yaoi* y variantes del *shōjo*. Lo que prioriza para empezar a ver un anime es la historia y el mensaje que muestra, además de los gráficos

Hago un balance entre todo, soy de la generación que discrimina un poco la gráfica, sin embargo, si tiene una buena historia la veo. Veo los mensajes que se muestra en el texto directamente, aprendo de todas las entrelineas. Por ejemplo, la autora³⁴ de *Ranma ½*, toca el tema del cambio y lo hace también con *Inuyasha*. Los temas que toca son los enlaces de cambio, choque entre pareja y aceptación. (comunicación personal, 2017)

Sobre los personajes, María Rosa explica que el anime encarna valores. Señala como primer ejemplo al anime *Digimon* (1997)

Los niños tenían sus emblemas, que eran valores, ya sea que tú los hayas incluido sin querer, como la amistad, la fe, lo hacías porque lo sentías como lo correcto. Incorporas los valores y luego te vas dando cuenta de esto. (comunicación personal, 2017).

Cuando se le pidió que señale a sus personajes favoritos, ella no quería elegir a uno en particular para no discriminar a alguno. Optó por dar una lista de personajes que incluía a Genkai de *Yu Yu Hakusho* (1999), Koro-sensei de *Assassination Classroom* (2015). Gurú Clef de *Magic Knight Rayearth* (1994), Goku de *Dragón Ball* (1986), Lady Oscar de *La Rosa de Versalles*

³⁴ La autora a la que se refiere la entrevistada es Rumiko Takahashi (Japón, 1957) y escribió el manga *Ranma 1/2* en 1987 e *Inuyasha* en 1996.

(1979). Minato y Jiraiya de *Naruto* (2002). Roberto Sedinho de *Súper Campeones* (1983). Enho en *Los Doce Reinos* (2002).

Sin embargo, el primero que mencionó fue a Genkai del anime *YuYu Hakusho* (1999)

Genkai es todo un personaje que evolucionó y se convirtió en maestra tanto de la historia de Yu Yu Hakusho como para mí. No solo porque es mujer, sino porque ella refleja el esfuerzo y el cariño para con sus compañeros y alumnos. Creo que en cada capítulo que aparecía podía enseñar algo nuevo. Es un personaje que se gana el cariño y admiración de los personajes y de los fans. (M.R. Huerta, comunicación personal, 2017).

La primera vez que vio anime fue cuando era niña a través de los canales de TV de señal abierta y luego a través de la señal de paga o “cable”

Aproximadamente en 1992, el año en que nací, hubo un boom a nivel nacional de transmisión de anime en señal abierta, canal 2, 4, 5, 9, 13, todos pasaban anime en ciertos horarios, si no tenías cable solo podías ver esos canales. (M.R. Huerta, comunicación personal, 2017).

Cuando ella empezó a ver anime, no sabía que se llamaba de esta manera, solo sabía que eran dibujos animados.

Con el paso de los años, ya en su adolescencia, María Rosa empezó a ver mucho más anime, pues además de lo que veía en televisión, tenía la posibilidad de comprar videos en el Centro Comercial Arenales, que es un lugar que ella frecuenta donde se concentran las tiendas especializadas en productos anime. Luego, cuando estuvo disponible el servicio de internet, ella empezó a ver anime por Internet.

Cuando ingresó a la universidad en el año 2009 encontró que existía un grupo llamado “Bunka”, el cual realizaba actividades como proyecciones de animes y ella asistía a estas. Fue

en Estudios Generales Letras, en una conferencia del anime *Death Note* (2006), organizada por este grupo, que conoció a Miguel Cueva y se hicieron amigos. En el año 2010, ellos se reencontraron en un curso de la misma facultad, retomaron su amistad que giraba alrededor del anime y su participación en las actividades del club de “Bunka”. Es en ese tiempo que tuvieron la idea de formar un grupo propio que proyectase solo anime. Ellos solicitaron un aula a la Oficina de Promoción Social y Actividades Culturales (OPROSAC) de Estudios Generales Letras, para realizar sus actividades y pedir apoyo para la creación de un grupo *otaku* que fuese considerado dentro de las actividades culturales de la universidad. Como requisito para la creación del grupo debían incorporar a una persona más e invitaron a Naomi Capani, estudiante y amiga de María Rosa, para completar el grupo organizador.

María Rosa señala que para la creación del nombre del grupo incorporaron el orden de las palabras en el idioma japonés

Queríamos ponerle el grupo de los otakus, entonces ponemos ukato, como fan que quiere aprender de ellos (es la palabra otaku al revés N. de R.). Antes se llamaba “Sekai no Ukato”, buscamos en diccionarios y nos dimos cuenta que el orden correcto en japonés era “Ukato no Sekai”. (comunicación personal, 2017).

Luego de elegido el nombre del grupo, María Rosa explicó que uno de los objetivos de este grupo era “Crear un espacio para ver anime de forma grupal, conocer amigos y fomentar la relación entre Perú y Japón mediante el anime”. (comunicación personal, 2017).

Los tres fundadores necesitaban apoyo de más personas para realizar su primera actividad “Seguíamos buscando gente para formar el grupo, en su creación ante OPROSAC solo fuimos tres personas, pero para coordinar nuestro primer evento fuimos muchos más”. (M. R. Huerta, comunicación personal, 2017).

Su primera actividad fue la proyección de la película anime *Summer Wars* (2010)

La primera proyección fue una película, porque alcanzaba en el tiempo del jueves cultural. Nosotros, los fundadores, junto a unos amigos que nos apoyaban, promocionamos el evento por Facebook y lo compartimos a nuestros conocidos que sabíamos compartían de una u otra manera nuestra afición. Pensamos también imprimir posters y ponerlo en los paneles de ciertas facultades, luego incluso en ponerlo en la Revista Q de la universidad. Ese día fueron estudiantes de diferentes facultades, éramos muchos más de los que creíamos, pero para nosotros en ese momento era inmenso, era en cierta forma nuestro, dónde sabíamos que todos los que estábamos ahí podíamos reír, llorar y gritar de la emoción por lo que veíamos en la pantalla. Esa emoción fue lo que nos impulsó a continuar con otro evento. En las reuniones que teníamos fuera de ese espacio vino la idea de proyectar series y seguir creciendo como grupo. (M.R. Huerta, comunicación personal, 2017).

A partir del año 2011, iniciaron sus actividades proyectando películas anime, así como también series anime. Cuando buscaron integrar nuevos miembros al grupo hicieron una diferencia positiva: “Quienes participan más seguido, son el grupo más chico, mientras que un grupo más pequeño se encarga de la organización y coordinación”. (M. Huerta, comunicación personal, 2017). El grupo más chico está referido a los miembros de “Ukato no Sekai”, ya que para ser parte de este grupo se necesita constancia en la asistencia a las actividades y el grupo más pequeño está referido al cargo de coordinador del ciclo, quien es un estudiante al que los fundadores le proponen tener este cargo, junto con otros miembros que lo apoyan en lo administrativo.

María Rosa explica que otra forma de integración dentro del grupo es a través de la creación de vínculos de familia

Yo soy la madre y los demás están en este juego de familia, como hijos, hijas, primos, vecinos, etc. La mayoría cree que los fans del anime son solitarios, es cierto algunos lo son, no les gusta conversar, pero hay otros que buscan gente con quien hablar y nosotros les damos el espacio. (comunicación personal, 2017).

Los integrantes de “Ukato no Sekai” fueron desarrollando algunas prácticas sociales externas a la universidad. El Centro Comercial Arenales es su lugar favorito, pues es el lugar principal donde se reúnen los *otakus* en Lima. También ellos han asistido a eventos *otaku* en grupo como las ediciones pasadas del *Otakufest* (Ver página 67).

Cuando se refiere a los recuerdos de su vida como *otaku*, ella explica que

El conocer a alguien que comparte tus gustos, con el que puedas dialogar, compartir espacios para ver juntos o jugar, creo que el conocer a alguien que se volverá importante en tu vida y con la que compartes tus gustos, son los momentos más importantes que he podido vivir siendo *otaku*. Un ejemplo de ello fue el crear “Ukato no Sekai”, pues he conocido personas tan increíbles que nunca hubiera pensado conocer y que tal vez no hubiera conocido de no haber sido por la creación de este espacio que hemos formado con el tiempo. Hemos conocido juntos nuevas series, autores, estudios, hemos compartido opiniones, debates o perspectivas que tal vez no hubiera realizado sola. (M.R. Huerta, comunicación personal, 2017).

María Rosa siente que otro de los momentos importantes de su vida fue conocer a su actual pareja, Miguel Cueva, también fundador de “Ukato no Sekai”:

Mi actual pareja es *otaku*, con el cual tenemos mucho tiempo juntos y nos conocimos en una conferencia de anime en la PUCP. Comenzamos como conocidos que compartían información, luego compañeros de clases, amigos y luego como pareja. Como *otakus* vemos

series, compartimos información de mangas o fanfics, vamos a eventos, cantamos canciones, jugamos Yu-Gi-Oh!, Pokémon, Vanguard, monopolio de Pokémon, juegos en línea e incluso hacemos debate de ideas de los temas de series, etc. (comunicación personal, 2017).

Cuando María Rosa no tenía con quien compartir su interés por el anime, se sintió triste por ser *otaku*

Creo que muchos de los otakus somos algo tímidos o, cómo algunos nos definen, antisociales, pero es porque al crecer no tenemos en algunas ocasiones compañeros en el colegio que compartan nuestros gustos, personas con quienes compartir un "viste el nuevo capítulo", "juguemos Yu-Gi-Oh!", "tengo mi death note!", etc. Creo que el meme que sale en el face (Facebook N. de R.) dónde dice: tengo un chiste nuevo, pero ninguno de mis compañeros conoce la serie y no tengo con quien compartirlo, explica esa situación, ¿No lo crees? (comunicación personal, 2017).

Otro de esos momentos fue cuando sus padres no consideraban su gusto por el anime como algo importante

Mis padres me llamaban la atención por dedicarme a ver "dibujitos chinos" y no me dejaban comprar juegos o cosas que en ese momento me hubieran gustado comprar, aunque hay que verlo como un ahorro de dinero. Cuando crecí ya pude comprarme mis cartas Yu-Gi-Oh! y de Pokémon. Creo que el que pensaran que no hacía nada o que mal gastaba mi tiempo era lo que dolía. (M.R. Huerta, comunicación personal, 2017).

Además, María Rosa se refirió a los distintos tipos de discriminación hacia los *otakus*

La discriminación para los otakus va desde tratos o frases despectivas hasta el bullying, eso sin contar cuando toman de estudio a los grupos otaku, hay investigadores que son muy

amables o si son parte de alguna forma de la comunidad, nos tratan bien y las preguntas son correctas, pero hay otros que dicen frases despectivas o nos marcan con un título o característica y no profundizan más. Sé que hay estereotipos, pero no se puede generalizar o plantear afirmaciones solo porque lo consideren así. Un ejemplo fue hace unos años que en internet se dijo que a los otakus que les gustaban las Lolis eran pedófilos, hubo otras afirmaciones que decían hace unos años que los otakus son anti sistema y que por eso no les gustaba la sociedad. Otro ejemplo de discriminación en el trato es un caso conocido por los asistentes al C.C. Arenales, el antiguo personal de seguridad se reía o hacia comentarios despectivos de quienes compraban o iban allá. (comunicación personal, 2017).

María Rosa valora su identidad *otaku* así: “El anime ha sido importante en mi vida, pues no podría ver mi vida si no fuera una fan del anime, porque abre las puertas a un mundo distinto donde hay valores, por ejemplo, el respeto”. (comunicación personal, 2017).

4.2.2 Entrevista a Miguel Cueva.

Miguel Cueva, es uno de los fundadores del grupo “Ukato no Sekai”, grupo *otaku* en la PUCP. La entrevista se realizó en junio del 2017 en la terraza del comedor central de la PUCP, fue grabada y se contó con la autorización del entrevistado. Además, se sostuvo dos reuniones más para completar la información

Él también se considera a sí mismo como *otaku* y fue así que junto con otras dos amigas fundaron “Ukato no Sekai”.

Miguel es un estudiante universitario de 27 años, estudia la carrera de Derecho en la Universidad San Martín de Porres y se quiere especializar en derecho empresarial, de autor y notarial. Él en sus tiempos libres, con respecto al anime, mira series anime en la página web de

Crunchyroll³⁵, juega Yu Gi Oh! y Cardfight Vanguard!! (juegos de cartas coleccionables). Le gustaría hacer cosplay de charmander (un personaje de Pokemon), pues le interesa el hecho de vestirse de cualquier personaje anime donde no revele su identidad y disfrutar de ese momento.

Miguel ingresó a la USMP luego de trasladarse de la PUCP, donde había ingresado por la modalidad de ingreso directo de la academia preuniversitaria (CEPREPUCP) y estudió un par de años en Estudios Generales Letras. Su padre era técnico de sala en la empresa Luz del Sur, actualmente está jubilado y su madre era ama de casa con negocio propio, ella falleció. Su familia es originaria de Puno y migró a Lima en 1988, específicamente al distrito de San Juan de Lurigancho donde vive actualmente. Miguel estudió en escuelas públicas y preuniversitarias del mismo distrito y el último año de la secundaria estudió en una escuela privada. Sus hermanos mayores, Walter y Yolanda, fueron quienes influyeron en que Miguel desarrollara interés por el anime. Walter es técnico electricista que labora en una compañía de servicio de televisión por cable y Yolanda es ingeniera industrial de la Universidad Privada del Norte (UPN). Ambos lo cuidaban cuando era pequeño y veían anime juntos en la televisión. El primer contacto que tuvo Walter con el anime fue a través de canales de señal abierta en la década de los ochenta. El primero que vio fue *Mazinger Z* (1972). A inicios del año 2000, Walter compartía con su hermano Miguel sus revistas y videos del Club Sugoi, del cual era miembro.

Miguel explica que lo que le gusta de los animes son varios aspectos

Uno de ellos es la trama, que tenga una historia interesante. Me gusta la variedad (de temas N. de R.) que tiene el anime para desarrollar, desde lo histórico como samurais hasta futuros donde el hombre sobrevive en otros planetas a través de la clonación y androides. El anime le da un giro a lo cotidiano, escapa de eso y puede tener hasta temas fantásticos. Otro aspecto es la animación, que en los últimos años está mucho más elaborada y me gustan los efectos

³⁵ Crunchyroll es un distribuidor de anime con licencia que tiene un servicio de streaming tanto de series como películas anime. Fue fundado en el año 2006 en Estados Unidos.

especiales. Respecto a la música, no soy muy seguidor, pero igual me gustan los openings y endings. (comunicación personal, 2017).

Sus géneros de anime preferidos son el *seinen* y el *josei* y sus series anime favoritas son *Mushishi* (2005), *Nana* (2006) y *Honey and Clover* (2006).

Miguel señala que algunas veces tiene un personaje favorito en cada serie que ve. Le fue difícil escoger uno como favorito, así que mencionó a tres personajes: “L” de *Death Note* (2006), La bruja de *XXXholic* (2006) y Ginko de *Mushishi* (2005). Al mencionar a “L” explicó:

En el caso de *Death Note*, el personaje de “L” toma el rol de antagonista. Él era inteligente y me llamaba la atención su apariencia física, como lucía él, se veía rara su forma de vestir y sobre todo su comportamiento. Él y Light (el protagonista de la serie N. de R.) tienen diferentes formas de ver la justicia, “L” creía en la justicia del Estado, mientras que Light creía en la justicia del fin justifica los medios. (M. Cueva, comunicación personal, 2017).

Miguel explica que la primera vez que vio anime fue cuando era niño

El primer anime que vi fue “Los gato-samurái” por el año 1993 y lo vi a través de los canales de TV de señal abierta, la mayoría (de niños N. de R.) veía anime sin saberlo. Creo importante mencionar que mis dos hermanos mayores siempre han cuidado de mí y son fans del anime, ellos me enseñaron muchos de los animes que vi. En especial mi hermano, quien compartía sus revistas y vídeos de *Sugoi* cuando él era miembro. (comunicación personal, 2017).

En su adolescencia, Miguel se consideraba un *otaku* de escritorio, entendido como un *otaku* que interactuaba con otros *otakus* en los foros anime de internet. En el año 2006 empezó sus estudios en CEPREPUCP y en su tiempo libre encontró un grupo dentro de la universidad que proyectaba animes

Cuando yo estaba en la CEPREPUCP, hace 11 años, había otro grupo que proyectaba animés en el pabellón Z, que era el grupo “Anime H”. Se pasaban series de diferentes géneros y la gente vivía el anime. Cuando ingresé a la universidad en el año 2008, dije quiero unirme, pero justo lo cerraron. (comunicación personal, 2017).

En el año 2009, al ya ser estudiante de la PUCP, asistió a una conferencia del anime *Death Note* (2006), organizado por el grupo “Bunka” en Estudios Generales Letras. Ahí fue donde conoció a María Rosa, la otra fundadora de “Ukato no Sekai” y su actual pareja.

Yo era reservado y estaba sentado al fondo. María Rosa estaba con su amiga hasta que esta se fue y ella se quedó sola, entonces empezó a hablar conmigo. Vi que tenía un collar de “L” y pensé ella debe ser genial. Luego por diversos motivos nos dejamos de ver. Hasta que en el 2010 llevamos cursos juntos y se nos ocurrió la idea de formar un grupo para ver anime. Quería retomar ese sentimiento (de ver anime en grupo N. de R.) y transmitirlo de nuevo, es una de las cosas básicas que quería lograr al formar este grupo. (M. Cueva, comunicación personal, 2017).

Cuando inscribieron el grupo en la oficina de OPROSAC, Miguel cuenta que tenían que esperar la respuesta, mientras tanto tenían que ir planeando como se iba a desarrollar la actividad si la aceptaban

Llamamos a nuestros amigos para unirse al grupo. Un mes después, en octubre, nos dieron el salón. Hicimos publicidad gráfica y creo en esa época más se usaban los blogs y lo promocionábamos por ahí. Fue así que pedimos ayuda a los amigos de María Rosa. Ellos fueron Rafael, Mía, Karen y Andrés. (comunicación personal, 2017).

Miguel explica que eligieron como primera película a proyectar *Summer Wars* (2009), ya que era una película del mismo director³⁶ de la película de Digimon y los fundadores pensaron que le gustaría mucho al público por la historia y el estilo gráfico.

Al llegar el día de la proyección estuvieron presentes tanto los fundadores como sus amigos.

Respecto a los asistentes y a la programación, Miguel explica que

En su mayoría eran estudiantes de Estudios Generales Ciencias, tal vez porque la película tenía que ver con un chico que le gustaba la ciencia y tecnología. También había estudiantes de Estudios Generales Letras y Arte. Primero proyectamos *trailers* de películas anime, luego nosotros los fundadores nos presentamos como “Ukato no Sekai”, proyectamos la película y al final nos dirigimos a los asistentes y dimos a entender que al siguiente año haríamos otras actividades como pasar capítulos de series. (comunicación personal, 2017).

Durante la proyección, Miguel sintió que debían continuar con las actividades de “Ukato no Sekai”

Me sentí genial al ver sus rostros y expresiones (de los asistentes N. de R.) cuando veían la película y la disfrutaban. Había como 30 o 40 personas. Después, al término de la película, también me sentí bien al dar las palabras finales. Esta experiencia me hizo recordar cuando veía animes en “Anime H”, esa dinámica de compartir momentos viendo anime con los demás. Además, ver el empeño que le ponían los miembros de “Ukato no Sekai” en ese entonces, ya sea para las reuniones de coordinación en los comedores, ellos daban parte de su tiempo para el proyecto, eran bien comprometidos con el grupo. (comunicación personal, 2017).

³⁶ El entrevistado se refiere al director de animación llamado Mamoru Hosoda (Japón, 1953), director de las películas Digimon Adventure en 1999 y de Summer Wars en el 2009.

Al año siguiente, en el 2011, volvieron con sus actividades. Primero proyectaron películas y luego series anime. Miguel explica que para reclutar más miembros a “Ukato no Sekai” realizaron reuniones de coordinación donde buscaban que los asistentes participen para dar más ideas de actividades como juegos de cartas, karaoke, que ayuden a la participación de los miembros y del público asistente.

Uno de los cargos más importantes es el coordinador de ciclo, Miguel explica que

El coordinador es usualmente elegido por votación o se puede postular, vemos sus habilidades y su constancia en el grupo, luego están los demás miembros como apoyo. También estamos María Rosa y yo quienes damos consejos y guiamos a los coordinadores. (comunicación personal, 2017).

Fue así que “Ukato no Sekai” fue incorporando más miembros al grupo y desarrollaron prácticas sociales tanto en el campus de la universidad como en otros espacios. Esto significa compartir toda la tarde hasta cuatro veces por semana

Antes nos reuníamos a ver animes en la casa de alguien, ahora nos reunimos para jugar cartas los fines de semana, hay chicos que tienen tiempo, incluso hay chicos de provincia, siempre tratamos de reunirnos. (M. Cueva, comunicación personal, 2017).

Miguel presenta un especial apego por los productos originales del anime. Para un *otaku*, un producto original es aquel que fue producido en Japón. Lo que le gusta de ser *otaku* es

Compartir mi afición con los demás, eso es lo que más me gusta. Ver anime en un salón, conversar con alguien sobre esto, en especial con la gente joven. Sobre todo, la relación con las otras personas, intercambios de ideas, de gustos. Además, con los chicos (integrantes de Ukato no Sekai N. de R.) puedo tener una perspectiva más amplia del anime, ya que por

ellos puedo conocer animes nuevos. Por otra parte, valoro mucho las cosas originales del anime que compro, en especial las cartas Yu-Gi-Oh! (comunicación personal, 2017).

A Miguel lo que no le gusta de ser *otaku* es

El enfrentamiento entre comunidades³⁷. En sí, ser *otaku* es visto como ser algo raro. Pienso que es normal tener gustos diferentes y debemos ser más tolerantes, sobre todo entre los *otakus*. Las demás personas (que no son *otaku*. N. de R.) ya te veían como raro, entre *otakus* deberíamos de apoyarnos. (comunicación personal, 2017).

Entre los recuerdos más importantes de la vida de Miguel como *otaku* están la creación del grupo “Ukato no Sekai” y su primera proyección de anime. Además, recuerda con especial afecto los “*Otaku no Tono*”, los cuales eran fiestas animes donde los *otakus* se conocían. Son recuerdos importantes también las tardes en la universidad cuando jugaba en grupo Yu-Gi-Oh!

Por otro lado, uno de los momentos en los que se sintió triste por ser *otaku* tiene que ver con la limitación de información sobre anime que había antes de la llegada del internet, además del costo de los productos como *merchandising* original, pues eran muy costosos y no podía comprarlos fácilmente.

Miguel afirma que el anime tiene suma importancia en su vida

El anime ha estado en casi todas las etapas de mi vida, incluso (cuando era niño N. d. R.) yo no sabía que estaba viendo anime. Digamos que ha estado presente y ha facilitado mi interacción con otras personas, ya sea en “Ukato no Sekai” u otros medios como los foros de anime. Además, considero que cada serie siempre tiene un mensaje, del cual he aprendido en cada una de ellas. Por ejemplo, el mensaje más común que encuentras en el anime *shōnen*

³⁷ El entrevistado se refiere a comunidades *otakus* que están integradas por seguidores de una serie anime en específico.

es la perseverancia, el superarse a sí mismo, luchar por tus objetivos, también hay muchos temas más profundos. (comunicación personal, 2017).

4.2.3 Resultados generales de entrevistas.

Los resultados obtenidos de las entrevistas a María Rosa y Miguel, fundadores de “Ukato no Sekai”, permitieron conocer que, en los casos observados, el proceso de construcción de la identidad *otaku* comenzó a partir del consumo de anime en la infancia debido a la disponibilidad y a la accesibilidad. Se produce un proceso de identificación, luego de apropiación que se va buscando cotejar con otras personas que han pasado por el mismo proceso, entonces se producen relaciones alrededor de este interés. Además, la vida se organiza alrededor de ese consumo y de esas relaciones, sobre cómo organizan su dinero, su tiempo, con quién se relacionan, en qué cree y como consecuencia de ello se muestran públicamente los elementos de la identidad. En este caso, “Ukato no Sekai” se configura y ofrece un espacio para los *otakus* en el campus universitario, que es el otro ámbito que los define.

Se observa que, en la década de los noventa, cuando María Rosa y Miguel eran niños, tuvieron su primer contacto con el anime debido a que se transmitió en los canales de la televisión peruana. Esto ocurrió en el marco de la estrategia política y económica del *soft power* japonés. (Iwabuchi, 2002).

Con el paso de los años, María Rosa y Miguel entraron a la adolescencia y seguían consumiendo anime, tanto en los canales de señal abierta como en tv de “cable” o comprando dvd’s en el Centro Comercial Arenales. Ellos fueron incorporando nuevos hábitos de consumo de la mano de los nuevos medios y soportes de comunicación como el Internet.

Para María Rosa, el anime representa una forma de expresión del autor, que está plasmada en las historias y en los personajes presentados, que encarnan valores y si ella se identifica con ellos los incorpora a su identidad. (Conejo, 2012; Parada, 2012)

Miguel considera que el anime presenta una variedad de tramas que lo hacen salir de lo cotidiano, el anime agrega al mundo real elementos de fantasía (Horno, 2013).

María Rosa y Miguel encontraron en el anime un espacio que ofrecía una nueva visión del mundo, donde se sentían comprendidos e identificados, pues se ajustaba a sus pensamientos y emociones. Ellos estaban en búsqueda de un espacio donde pudiesen expresar su identidad *otaku*. María Rosa no tenía amigos en el colegio con quienes compartir su gusto por el anime y Miguel se consideraba un *otaku* de escritorio, pues interactuaba con otros *otakus* en los foros anime de internet, él usaba la tecnología para fortalecer sus redes de identidad grupal (Silva, 2008). Ellos anhelaban ser parte de un grupo donde pudiesen sentirse aceptados y que guarde relación con sus pensamientos, sentimientos y deseos. (Cafarelli, 2011)

María Rosa y Miguel al ingresar a la PUCP encuentran ese espacio en el grupo “Bunka”. En el año 2009 ellos se conocen en una de las conferencias del anime *Death Note* (2006) y es ahí donde se hacen amigos. Al disminuir las actividades del grupo “Bunka”, en el año 2010 María Rosa y Miguel deciden formar un grupo *otaku* con sus propias normas internas para crear un espacio donde a través de sus actividades interactúen con más *otakus* y se sientan reconocidos e identificados en torno al consumo de anime.

Se observa que ellos buscaban que su identidad *otaku* sea reconocida por la institución universitaria. La necesidad de reconocimiento viene desde cuando eran niños. En sus familias su interés por el anime fue aceptado parcialmente, pues no le otorgaban el mismo valor e importancia que ellos.

Al obtener el reconocimiento de la universidad como “Ukato no Sekai” pudieron realizar actividades donde tuvieron acogida del público y se sintieron comprendidos e identificados con otros jóvenes, lo cual hizo más fuerte el vínculo entre ellos y el anime.

María Rosa y Miguel al organizar “Ukato no Sekai” establecieron jerarquías al interior del grupo para fortalecer sus relaciones internas (Silva, 2008) y asignaron roles a cada integrante, definidos a partir de vínculos de orden familiar, donde ellos como fundadores cumplen los roles de madre y padre y los demás miembros de hijos. Además, se asignaron cargos de representación ante la universidad y cargos de específicos para la organización de actividades del grupo.

Los integrantes de “Ukato no Sekai” desarrollaron prácticas y ritos sociales tanto dentro del campus de la universidad como en otros espacios externos. Ellos desplegaron un gran esfuerzo (tiempo, recursos, trabajo) para organizarse y acompañarse (Bourdieu, 1995; Contreras, 1996).

María Rosa y Miguel han vivido experiencias de distinta índole como *otakus* a lo largo de su infancia, su adolescencia y su juventud. Han tenido experiencias positivas en grupo y también experiencias negativas como la discriminación por su identidad o la confrontación entre comunidades seguidoras de distintas series anime. Una experiencia vinculada directamente al consumo tiene que ver con la frustración de no poder comprar productos animes originales. Ellos consideran que la experiencia más significativa como *otaku* ha sido la creación de “Ukato no Sekai”, como grupo *otaku* propio.

CONCLUSIONES

El anime es un producto audiovisual japonés que data desde hace 100 años aproximadamente. Tomó como base los influjos culturales del extranjero, en especial el estadounidense y a lo largo de su historia ha tenido propósitos tanto de entretenimiento como propagandístico. Es luego de la mitad del siglo XX que el anime desarrolla características propias y particulares en sus historias, en el estilo gráfico de los personajes, la música y la técnica de animación que se configuran a partir de la emoción que buscan generar tanto en niños como en adolescentes y jóvenes. El consumo de anime fue dando lugar al *otaku*, el cual es una palabra que no tiene una definición precisa en japonés, pues la “o” es una especie de forma honorífica y el carácter “taku” significa casa.

El anime se convirtió en un producto de la industria cultural japonesa y forma parte de la estrategia política y económica del *soft power* japonés. En 1996, inicia un intenso proceso de desregulación de los medios de comunicación y el anime cobró mayor presencia en diferentes países como el Perú.

La presente investigación buscó establecer cómo es la relación entre el anime y la construcción de la identidad *otaku* en los jóvenes universitarios, en el caso del grupo “Ukato no Sekai”, creado en la ciudad de Lima el año 2010 en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Para ello, se desarrolló un estudio descriptivo con una metodología de orden cualitativo y de tipo fenomenológico, en tanto se ocupa de las experiencias de jóvenes respecto a un proceso en común. El punto de partida consistió en una revisión de estudios publicados que permitieron confirmar que la vida en grupo de los *otakus* está aún poco documentada. Las características de la identidad *otaku* se identificaron a partir de dos aspectos: los factores que hacen que el anime sea atractivo para los jóvenes y el proceso por el cual se construye en grupo la identidad *otaku* entre jóvenes universitarios. Para ello se obtuvo acceso al grupo “Ukato no Sekai” el cual

presentaba una historia de 7 años de actividades en el marco de la vida universitaria. La metodología que orientó este estudio implicó observación participante de actividades del grupo durante el primer semestre del año 2017 y entrevistas semiestructuradas con los fundadores del mismo grupo. Es importante señalar que se verificó en los reportes iniciales de este estudio que la observación participante era una técnica factible de aplicar, dada la experiencia personal de la investigadora en actividades de jóvenes *otakus*, permitiendo mantener el punto de vista de la investigación. El distanciamiento del tema de estudio fue puesto a prueba con los propios participantes en la investigación que opinaron sobre la pertinencia de los aspectos tratados en distintas etapas de la investigación y se mantuvieron vinculados hasta finalizar el proceso.

El *otaku* es un joven que para entretenerse inició el consumo de anime en la niñez mediante algún medio de comunicación y al pasar los años ha creado una identidad grupal, debido a que comparte prácticas y características en común con otras personas. Su consumo es individual y en grupo, asiste a fiestas temáticas de anime y/o forma parte de algún grupo *otaku*. El *otaku* se cuestiona sobre los valores morales existentes en la sociedad, cree en la construcción de una sociedad justa, sus referentes son los personajes de anime a los que admira e imita.

La identidad *otaku* es una construcción tanto individual como social basada en el consumo de anime. Es un proceso subjetivo que se va manifestando en prácticas y ritos sociales, en el marco de relaciones con jóvenes que comparten los mismos códigos y que a su vez, le permite diferenciarse de otras identidades.

La identidad *otaku* se teje con aquellas identidades que le son asignadas a los jóvenes en la sociedad, como la de hijos, hermanos, estudiantes, parejas, que al mezclarse resultan espejo y reflejo de los animes y mangas que los inspiran.

Se identificó que los factores que hacen que el anime sea atractivo para los integrantes del grupo “Ukato no Sekai” proviene de la conjunción de elementos que se configuran a partir de

la emoción que el anime busca generar en el espectador. Estos elementos son la historia, el estilo gráfico de los personajes, la música y la técnica de animación. Todos están configurados en función a las comunidades a las que apelan como los adolescentes varones (*shōnen*), adolescentes mujeres (*shōjo*), hombres adultos (*seinen*) y mujeres adultas (*josei*).

A partir de lo observado se constató que en las actividades del grupo “Ukato no Sekai” predomina el consumo del género *seinen* que aborda temas de índole existencialista. Por ejemplo, el anime *ReLIFE* (2016), presenta la vida de un joven de 27 años que no tiene éxito en su vida laboral y social, la historia destaca el tema de la dureza de la vida adulta al no poder alcanzar los objetivos trazados. Las preguntas sobre el futuro y sobre la identidad son asuntos propios de los jóvenes que están en una etapa de cambio constante y que buscan formas desde las cuales puedan sentirse reconocidos e identificados.

Se ha verificado la centralidad del anime en la vida de los jóvenes *otakus* del grupo “Ukato no Sekai”. Se conoció que, en los casos observados, el proceso de construcción de la identidad *otaku* comenzó con el consumo de anime en la infancia que estaba disponible y era accesible para ellos. Los entrevistados al ver anime en televisión, se identificaron con las historias y los personajes, se apropiaron de lo propuesto en los productos audiovisuales y buscaron a otras personas en sus entornos cotidianos que pasaban por el mismo proceso, de tal manera que se produjeron relaciones de amistad alrededor de este interés. Además, su vida se fue organizando alrededor de ese consumo, de manera que influyó en la forma en cómo organizaron su tiempo, la selección de amigos, su dinero, la participación en espacios públicos, la relación con instituciones como la universidad y en general cómo muestran públicamente los elementos que los identifican como *otakus*. Son prácticas constantes que se desarrollaron hasta por 20 años, que por tanto han formado parte de casi toda su vida. “Ukato no Sekai” como grupo les ofrece un espacio que los acoge con sus gustos, valores e intereses, es decir, con su identidad.

Esta investigación ha permitido constatar que la identidad es un proceso que se construye durante años. En este caso, la identidad *otaku* tuvo su origen en la infancia, se desarrolló en la adolescencia y se afirmó en la juventud. Actualmente, hay adultos *otakus* que son padres de familia y dentro de unas décadas probablemente se observaran abuelos *otakus*. Lo destacable del proceso observado es que se ha construido identidad individual y de grupo (se reconoce como comunidad), desde productos de la industria cultural, en el marco de una política de estado y a través del consumo en medios de comunicación.



BIBLIOGRAFÍA

- Allepuz, E. (2020). *El estado de la industria de la animación japonesa en 2019*. Recuperado de <https://elpalomitron.com/analisis-industria-anime-japon-2019/>
- Álvarez Gandolfi, F. (2015). *Culturas fan y cultura masiva. Prácticas e identidades juveniles de otakus y gamers*. Recuperado de <https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/4500/%c3%81lvarez%20Gandolfi.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Álvarez Gandolfi, F. (2017). *Acercarse a los otakus: Reflexiones sobre el abordaje de las derivas identitarias del consumo fan de manga/animé en el contexto de una cultura de la convergencia*. Recuperado de <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/map/article/view/6794/5080>
- Antezana, I. (2016). Conversatorios sobre animación. Fuentes del anime: De la viñeta al movimiento. *Imagina 2016: V Festival de Animación*. Conferencia llevada a cabo en el Espacio Fundación Telefónica, Lima, Perú.
- Balderrama, L. y Pérez, C. (2009). *La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR5086.pdf>
- Barrett, D. (27 de marzo del 2013) *4364 Yu-Gi-Oh! Duelists break record for largest trading card Tournament*. Recuperado de <https://www.guinnessworldrecords.com/news/2013/3/yu-gi-oh!-duelists-break-record->

[for-largest-trading-card-tournament-47727/?fb_comment_id=158441824319825_417110](#)

Bocock, R. (1995). *El Consumo*. Referenciado de texto de López de Ayala (2004) *El análisis sociológico del consumo: una revisión histórica de sus desarrollos técnicos*.

Recuperado de <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/2725/SO-5-6.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bogarín, M (2008). La Estética Otaku y el imaginario manga/anime. *Revista de Observaciones Filosóficas*. Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/28215990_La_Estetica_Otaku_y_el_imaginario_mangaanime

Bourdieu, P. (1998). *La Distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Recuperado de:

<http://ceiphistorica.com/wp-content/uploads/2016/01/Bourdieu-Pierre-La-distinci%C3%B3n.pdf>

Brenner, R. (2007). *Understanding manga and anime*. Recuperado de

<https://docplayer.net/46293740-Understanding-manga-and-anime.html>

Bueno, N. (2016). *Narrativas a partir del videojuego YU-GI-OH! ®: Una propuesta alternativa para un programa de refuerzo estudiantil*. (Tesis de maestría). Recuperado de

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/19470/BuenoRodriguezNicolasDaniel2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Caffarelli, C. (2011). *Los grupos de pares como espacio de construcción de identidad(es) juvenil(es)*. Recuperado de <https://www.unicen.edu.ar/content/los-grupos-de-pares-como-espacio-de-construccion-de-identidades-juveniles>
- Cobos, T. (2010). Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en América Latina. *Razón y Palabra*. (número 72) mayo-julio. Universidad de los Hemisferios. Quito, Ecuador. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514906046>
- Cohen, K y Pichihua, S. (2007). *Consumo de anime en Lima Perú*. Lima. Recuperado de https://kupdf.net/download/consumo-de-anime-en-limaperu_5ecef7fce2b6f57f5695d454_pdf
- Conejo, F. (2012). *Japón hecho en Venezuela. Influencia cultural japonesa en la cosmovisión del mundo de los jóvenes en Venezuela a través de la televisión y el anime*. Recuperado de https://ceaa.colmex.mx/aladaa/memoria_xiii_congreso_internacional/images/conejo.pdf
- Contreras, D. (1996). *Sujeto juvenil y espacios rituales de identidad: Comentarios sobre el caso del carrete*. Recuperado de <https://ultimadecada.uchile.cl/index.php/UD/article/download/56178/59395/>

- De la Pena, J. (2006). *Otaku and Identity in images in flux*. CUREJ: College Undergraduate Research Electronic Journal, University of Pennsylvania. Recuperado de <https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1012&context=curej>
- Domizi, J. (31 de mayo del 2019). Japón y el mundo: el desafío de la globalización. [Entrada en blog]. Recuperado de <https://www.japondesdejapon.com/blog/japon-y-el-mundo-el-desafio-de-la-globalizacion>
- Eberle, K. (2015). *Animation styles: what makes anime unique*. Show me the animation. Recuperado de <http://showmetheanimation.com/features/animation-styles-what-makes-anime-unique/>
- Erikson, E. (1968). *Identidad, Juventud y Crisis*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.
- Escudero, L. (2005). *Identidad e Identidades*. Recuperado de <http://inventio.uaem.mx/index.php/inventio/article/download/221/355>
- Fàbregas Fideu, L. (2016). *Los “seiyuu” como fenómeno de la cultura popular japonesa*. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2016/tfg_46096/TFG_2015-16_FTI_FabregasFideu.pdf
- Fukue, N. (2009). *So, You Wanna Be a Johnny?*. The Japan Times. Recuperado de <https://www.japantimes.co.jp/news/2009/04/14/reference/so-you-wanna-be-a-johnny/>

García Canclini, N. (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México DF, México: Grijalbo.

Giddens, Anthony (1995). *Affluence, poverty and the idea of a post-scarcity society*.

Recuperado de

[https://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9%2F\(httpAuxPages\)%2FD04C41AAF1FA94FF80256B67005B67B8%2F%24file%2Fdp63.pdf](https://www.unrisd.org/80256B3C005BCCF9%2F(httpAuxPages)%2FD04C41AAF1FA94FF80256B67005B67B8%2F%24file%2Fdp63.pdf)

Giddens, Anthony (2000). *Un mundo desbocado: Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Recuperado de

https://www.academia.edu/download/63628474/ANTHONY_GIDDENS_Un_mundo_desbocado20200614-11107-1i4xgjk.pdf

Guber, R. (2001). *La Etnografía: Método, campo y reflexividad*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma

Gushiken, Y. y Hirata, T. (2014). Processes of Cultural and Media Consumption: The Image of 'Otaku', from Japan to the World. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, volumen 37(2), 133-152. doi: <https://dx.doi.org/10.1590/1809-584420146>

Herlander, E. (2012). *The anime galaxy. Japanese animation as new media*. Recuperado de

http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20120703-Herlander_herlander_the_anime_galaxy.pdf

- Horno, A. (2013). *Animación japonesa. Análisis de series anime actuales* (Tesis doctoral). Facultad de Bellas Artes Alonso Cano/ Programa “Dibujo-Diseño y Nuevas Tecnologías”. Universidad de Granada. Recuperado de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/34010/23075090.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Horno, A. (2014). El arte de la animación selectiva en las series de anime contemporáneas. *Con A de animación, volumen 1* (número 4), pp. 84-97. Recuperado de https://polipapers.upv.es/index.php/CAA/article/view/2164/pdf_10
- INEI. (11 de agosto del 2015). *El 27% de la población peruana son jóvenes*. INEI. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-27-de-la-poblacion-peruana-son-jovenes-8547/>
- Ito, M. (2005). *Technologies of the childhood imagination: Yugioh, media mixes, and everyday cultural production*. Recuperado de <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.136.4217&rep=rep1&type=pdf>
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=k8ot27vLSV4C&pg=PA1&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false

- Jimenez, A. (2020). *La representación de la masculinidad de los trajs de anime. Caso: Astolfo, Yoon, Fujisaki y Luka* [Tesis de pregrado]. Recuperado de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/12188/Jimenez_Paredes_Andrea_Elizabeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Konami (2020). *Libro oficial de reglas - Yu-Gi-Oh!* Recuperado de <https://img.yugioh-card.com/es/rulebook/es.pdf>
- Larraín, J. (1994). *La Identidad Latinoamericana*. Chile. Centro de Estudios Públicos. Recuperado de https://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160303/asocfile/20160303184906/rev55_larraín.pdf
- Lawrence, E. (2006). *Otaku. Contemporary youth culture: An International Encyclopedia* (pp.188.193). Connecticut, Estados Unidos: Greenwood Publishing Group
- Loh, Z. Y. (2017). *Factors Affecting Prices of Singles in Cardfight!! Vanguard* (Tesis de doctorado). Recuperado de http://eprints.utar.edu.my/2628/1/FYP_FORMATTED_DOCUMENT_FOR_HARD_COVER_FINAL_V2.pdf
- Mandujano, Y. (2015). *El camino hacia una política de promoción cultural en el Japón contemporáneo y los inicios de una campaña de fortalecimiento de la identidad nacional*. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/ea/v51n1/2448-654X-15-01-00077.pdf>

Martínez González, B. I. (2006). *Asimilación de la cultura occidental contemporánea en la sociedad japonesa posmoderna, capitalismo y modernidad*. (Tesis de licenciatura).

Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/martinez_g_bi/

Martínez, H. (8 de abril del 2009). *Identidad y cultura juvenil en el Perú*. [Blog]. Recuperado

de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/wp-content/uploads/sites/769/2009/09/20090408-Identidad-y-cultura-juvenil.pdf>

Martínez, J. (s.f). *Manga y Anime: La historia ilustrada*. Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6096393.pdf>

Mattelart y Mattelart. (1997). *Historia de las teorías de comunicación*. España, Barcelona: Paidós.

Mayolo. (2006). Shin Bunka Yûgô Club. [Entrada en blog]. Recuperado de <https://www.equipu.pe/equipo/shin-bunka-yugo-club>

Mazuelos Quirós, I. (2018). *El anime: Caracterización del personaje y del movimiento en el anime*. (Tesis de pregrado). Recuperado de

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/80896/WAOTFG_164.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Medina, C. (2016). *Proceso interpretativo sobre el diseño de tarjetas como modelo hermenéutico para la relación del valor del objeto de diseño lúdico. Caso específico:*

“*Juego de cartas intercambiables de YU-GI-OH!*” para su desarrollo. (Tesis de pregrado). Recuperado de

<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/58523/Tesis%20YuGiHo%20C%C3%A9sar%20M%C3%A9dina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Menkes, D. (2012). La cultura juvenil *otaku*: expresión de la posmodernidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, volumen 10 (número 1), pp. 51-62. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v10n1/v10n1a02.pdf>

Mike. (10 de marzo del 2012) ¿Qué es el Gekiga? [Entrada en blog] Recuperado de <https://habitacionotaku.wordpress.com/2012/03/10/conociendo-el-manga-que-es-el-gekiga/>

Miravalles, J. (2009). *Hikikomori: Otaku, manga y anime*. Recuperado de <http://www.javiermiravalles.es/Hikikomori/Otaku%20Manga%20y%20Anime.pdf>

Nippon (2018) *La industria del anime hizo en 2017 más de 200.000 millones de yenes*. Recuperado de <https://www.nippon.com/es/features/h00279/>

Núñez, L (2018). *Otome games. concepto, teoría y práctica*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/107118/N%C3%A9%20Otome%20Games%3A%20Concepto%20teor%C3%ADa%20y%20pr%C3%A1ctica..pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Odell, C. y Le Blanc, M. (2013). *Anime*. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=55eWAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&>

[dq=aesthetic+from+seinen+anime&ots=K-XsstzBx_&sig=82Xzw-BQd18ntlH68j534RV39-c#v=onepage&q&f=false](https://www.google.com/search?q=aesthetic+from+seinen+anime&ots=K-XsstzBx_&sig=82Xzw-BQd18ntlH68j534RV39-c#v=onepage&q&f=false)

OSIPTEL (2014). *Análisis del Mercado de Televisión de Paga en el Perú*. Recuperado de https://www.osiptel.gob.pe/media/rc5fwjgv/dt_analisis_mercado_tv_paga_peru_osiptel.pdf

Palomo, A. (2014). *El poder blando en la globalización: Algunos aspectos de la comunicación en el sistema internacional*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5051596.pdf>

Parada D. y Uribe. S (2010) *Representaciones Sociales en Relación al fenómeno manga - anime en jóvenes Bogotanos que manifiestan haber construido una identidad como Otaku*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1J7MVX0M4-218P0KB-S3W/Tesis-%20Documento%20Final%5B1%5D.pdf>

Parada, D. (2012). Manga - anime: Una expresión artística que subjetiva al Otaku. *Tesis Psicológica, Volumen (7)*, pp. 160-175. Bogotá, Colombia. Fundación Universitaria Los Libertadores. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1390/139025258007.pdf>

Pérez, O. (2015). Acercamiento a las culturas juveniles. [Diapositivas de PowerPoint]. Recuperado de <https://es.slideshare.net/oscarp347/qu-son-las-culturas-juveniles-oscar-prez-23161467>

Pichihua, S. (26 de marzo del 2012). Ser Otaku y el Centro Comercial Arenales. [Entrada en blog]. Recuperado de <http://blogs.peru21.pe/otakupress/2012/03/ser-otaku-y-el-centro-comercia.html>

Pichón, M. (2012). *El anime y la apropiación de la cultura japonesa por parte del otaku barranquillero*. (Tesis de pregrado). Recuperado de [https://www.academia.edu/30611346/EL ANIME Y LA APROPIACION DE LA CULTURA JAPONESA POR PARTE DEL OTAKU BARRANQUILLERO](https://www.academia.edu/30611346/EL_ANIME_Y_LA_APROPIACION_DE_LA_CULTURA_JAPONESA_POR PARTE DEL OTAKU BARRANQUILLERO)

Pittalis, E. (2020). *L'evoluzione della relazione uroborica fra videogiochi e musica: Il singolare caso di transculturalità dell'industria videoludica giapponese* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/16926/871795-1236036.pdf?sequence=2>

Podcamisky, M. (2006). El rol desde una perspectiva vincular. *Reflexiones, volumen 85* (número 1-2), pp. 179-187. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=729/72920817012>

Reyes, V. (19 de noviembre del 2015). ¿Cómo se convirtió el Centro Comercial Arenales en el corazón de la cultura 'friki' en el Perú? *RPP Noticias*. Recuperado de <https://peru21.pe/cultura/otakufest-fiesta-anime-manga-comics-204586-noticia/?ref=p21r>

Riquelme, P. (2018). Construcción identitaria en jóvenes participantes de la cultura otaku en Chile. *Ultima década, volumen 26 (número 49)*, pp.101-127.

Rodrigo, M. (2006). Posmodernidad y crisis de identidad. *Revista científica de información y comunicación, volumen 1 (número 3)*, pp.126-128. Recuperado de <https://institucional.us.es/revistas/comunicacion/3/art8.pdf>

Rodríguez, P. (2009). *Tribus urbanas: jóvenes, consumo y construcción de identidad*. Observatorio de jóvenes, medios y comunicación: Universidad Nacional de La Plata
Recuperado de <https://www.perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes/sites/perio.unlp.edu.ar/observatoriodejovenes/files/rodriguez.pdf>

Rojas, Rubén. (14 de abril de 2014). Reseña de anime: Summer wars. [Entrada en blog].
Recuperado de <https://ruben3-e.blogspot.com/2014/04/resena-de-animesummer-wars.html>

Rosendfeld, K. (2005). *Identidad y posición social en grupos juveniles. Diversidad en hiphoperos y hiphoperas*. Recuperado de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/106456/rosenfeld_k.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Silva, A. (2008). *Los imaginarios nos habitan*. Quito, Ecuador: Editorial OLACCHI

Smith, Patrick. (14 de junio de 1999). Globalism's Pen Pal. *The Nation*, pp. 28-34.

Spacey, J. (2012). *The 12 Types of Japanese Otaku*. Japan Talk. Recuperado de <https://www.japan-talk.com/jt/new/12-types-of-otaku>

The Anime Code (s.f). *Visual Characteristics*. Google sites. Recuperado de <https://sites.google.com/site/theanimecode/visual-characteristics>

The Japan Times (2010) *Promoting “Cool Japan”*. Recuperado de <https://www.japantimes.co.jp/opinion/2010/08/15/editorials/promoting-cool-japan/#.V-haC4jhDIW>.

Torrents, A. (2015). Ninjas, princesas y robots gigantes: género, formato y contenido en el manganime. *Con A de animación, volumen 0* (número 5), pp. 158-172. Recuperado de <https://polipapers.upv.es/index.php/CAA/article/view/3547/4042>

Vidal, L. A. (2010). *El anime como elemento de transculturación. Caso: Naruto* (Tesis de pregrado). Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2010/100074/anime_a2010.pdf

Vilcachagua, P. (19 de noviembre del 2015). OtakuFest, la fiesta del anime, manga y los cómics. *Perú 21*. Recuperado de <https://peru21.pe/cultura/otakufest-fiesta-anime-manga-comics-204586-noticia/?ref=p21r>

XXVI Matsuri AELU. (7 de noviembre de 2017). *Perú Shimpo*. Recuperado de https://www.perushimpo.com/9046-xxvi_matsuri_aelu.html

Yamaguchi, Y. (2014). *El sendero del anime japonés*. Tokio: The Nippon Communications Foundation. Recuperado de <https://www.nippon.com/es/features/h00043/>

Younker, T. (2012). Japanese Lolita: Dreaming, Despairing, Defying. *Stanford Journal of East Asian Affairs*, volume 11(número 1), pp. 97-110. Recuperado de https://scholar.harvard.edu/files/younker/files/lolita_-_dreaming_despairing_defying.pdf



REFERENCIAS

Araki, T. (Dirección). (2006). *Death Note* [Serie]

Asaka, M. (Dirección). (1998). *Sakura Card Captors* [Serie].

Asano, M. (Dirección). (1948). *Boku no Yakyu* [Serie].

Hosoda, M. (Dirección). (2010). *Summer Wars* [Película]

Ikeda, M., & Aoki, Y. (Dirección). (2000). *Inuyasha* [Serie].

Ishiodori, H. (Dirección). (2016). *Watashi ga Motete Dōsunda* [Serie]

Igarashi, T. (Dirección). (2016). *Bungō Stray Dogs* [Serie]

Kakudo, H. (Dirección). (1999). *Digimon* [Serie].

Kosaka, T. (Dirección). (2016). *ReLIFE* [Serie].

Omori, T. (Dirección). (2007). *Baccano!* [Serie].

Shimokawa, Ō. (Dirección). (1917). *Imokawa Mukuzō Genkanban no Maki* [Serie]

Otomo, K. (Dirección). (1988). *Akira* [Película].

Seo, M. (Dirección). (1935). *Norakuro* [Serie].

Seo, M. (Dirección). (1945). *Momotaro y los valientes guerreros del mar* [Película].

Yabushita, T. (Dirección). (1958). *Hakujaden* [Serie]

Takahata, I (Dirección) (1976), *Marco* [Serie]

Tezuka, O. (Dirección). (1966). *Tetsuwa Atom: Astroboy* [Serie].

Yukimuro, S. (Dirección). (1979). *Candy Candy* [Serie]

Yatsude, S. (Dirección). (1981). *Voltron* [Serie]

Yuyama, K. (Dirección). (1997). *Pokemon* [Serie].



ANEXOS

Anexo N°1: Guía de observación

Grupo a observar: Ukato no Sekai

Actividad a realizar: Asistencia a la (N°) proyección / karaoke del ciclo 2017-I de anime, organizada por el grupo Ukato no Sekai a la comunidad PUCP.

Descripción general de la actividad: Luego de ingresar a la proyección, la investigadora forma parte del grupo de asistentes y observa la actividad, así como la interacción entre los asistentes y los organizadores.

Aspectos a observar:

- **Horario y locación de la proyección**
- **Mobiliario de la locación**
- **Uso de la pizarra**
- **Ingreso de los asistentes al aula**
- **Distribución de los asistentes en el aula**
- **Implementos o dispositivos llevados por los asistentes**
- **Código de vestimenta de los asistentes**
- **Establecimiento de responsabilidades entre los organizadores**
- **Comportamiento de los asistentes**
- **Programación de la proyección/karaoke**
- **Relación entre los asistentes y el grupo organizador**

Anexo N°2: Guía de preguntas entrevistas

(Nombre del entrevistado), quien es uno de los miembros fundadores del grupo “Ukato no Sekai”, el cual es un grupo *otaku* que organiza proyecciones de anime desde el año 2010.

Cuestionario:

PARA CONOCER AL ENTREVISTADO

- ¿Cuál es tu edad?
- ¿En dónde estudias y cuál es tu especialidad?
- ¿Cómo te distraes o recreas en tus tiempos libres?

SOBRE EL ANIME

- ¿Hace cuánto tiempo que ves anime?
- ¿En qué medios los veías antes?
- ¿En qué medios los ves ahora?
- ¿Cuál es el género que más te gusta?
- ¿Cuál es tu anime favorito?
- ¿Crees que este anime da un mensaje a las personas que lo ven?
- ¿Qué es lo que más te gusta cuando ves un anime? Me refiero a la historia, los gráficos, el sonido, etc.

SOBRE EL GRUPO EN SÍ

- Cuando ingresaste a la universidad ¿Cómo fue que surgió la idea de crear un grupo para fomentar la cultura *otaku*?

- ¿Cómo fomentaron la integración o participación de los miembros nuevos a “Ukato no sekai”?
- ¿Cómo es su organización (encargados) dentro de este grupo?
- ¿Tienen actividades como grupo fuera de la universidad?
- ¿Hay algún grupo que tengan otra afición ya sea diferente o relacionada al anime, con el cual tengan una buena relación?

SOBRE SU REPERCUSIÓN EN SU VIDA

- ¿Compras ahora dvd's, mangas, licencias (como Crunchyroll) o videojuegos que tengan que ver con el anime?
- ¿Alguna vez has hecho cosplay?
- ¿Vas a eventos ya sean grandes o pequeños de temática anime?
- ¿Crees que el anime ha marcado parte de tu vida? Si es así ¿Cómo lo ha hecho?

Anexo N°3: Autorización entrevista a María Rosa Huerta**Autorización para Grabación de voz**

Yo María Rosa del Carmen Huerta Metzger, con DNI n° 79668057, doy mi consentimiento a Lidia Angella Maguiña Chávez (20120909) con DNI n° 72204101 para el uso de grabación de la voz de mi persona.

Entiendo que el uso de la voz del participante será principalmente para fines de investigación de la información obtenida.

No existe ningún límite de tiempo en cuanto a la vigencia de esta autorización; ni tampoco existe ninguna especificación geográfica en cuanto a dónde se puede distribuir este material.



Firma

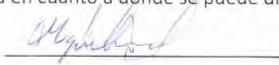
El 01 de Junio del 2017

Anexo N° 4: Autorización entrevista a Miguel Cueva**Autorización para Grabación de voz**

Yo Cueva Cueva, Miguel Angel, con DNI n° 45560109, doy mi consentimiento a Lidia Angella Maguiña Chávez (20120909) con DNI n° 72204101 para el uso de grabación de la voz de mi persona.

Entiendo que el uso de la voz del participante será principalmente para fines de investigación de la información obtenida.

No existe ningún límite de tiempo en cuanto a la vigencia de esta autorización; ni tampoco existe ninguna especificación geográfica en cuanto a dónde se puede distribuir este material.



Firma

El 01 de Junio del 2017