

Kawaii. Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime

Mario Javier Bogarín Quintana
Universidad Autónoma de Baja California

Resumen. El presente artículo intenta un acercamiento a los mecanismos mentales del fanático consumidor de productos de historietas y animación japonesas dirigido desde un imaginario personal que opera como constructor de imágenes basadas en la cultura de lo “lindo” como el elemento artístico en el manga y anime, cuando esto constituye la base de la apropiación de sus contenidos en torno a una identificación de estos componentes con el Japón ideal en cuya esencia aspira a vivir el consumidor como un aditamento a su vida cotidiana.

Palabras clave: 1. estética, 2. otaku,
3. imaginario, 4. manga y anime, 5. subjetivación.

Abstract. This paper attempts to an approach to the psychological mechanisms of fan consumer of manga and anime japanese products aimed from an individual imaginariun working as a source of images based in a “cute” culture as foundation of the Japanese comic and animation aesthetics, when this is the axis of all appropriations of contents about an identification of them in an ideal Japan which essence is the goal of a new reality where the consume wants to live, as an addition to everyday life.

Keywords: 1. aesthetics, 2. Otaku,
3. imaginariun, 4. manga and anime, 5. subjectivity.

culturales

VOL. VII, NÚM. 13, ENERO-JUNIO DE 2011

ISSN 1870-1191

1. Ensayo de una estética

AUNQUE FORMA PARTE DE UNA INVESTIGACIÓN PERMANENTE sobre la relación de la apropiación de contenidos del manga/anime en relación con el imaginario del consumidor, el presente texto ofrece el establecimiento de algunas categorías elementales por las que en un futuro podría discurrir el tratamiento a la información empírica obtenible en campo.

El *kawaii* como conductor de estas teorizaciones aparece como fundamento estético, que lo es emocional, de las motivaciones en el consumo de manga/anime que atraviesan a todos los géneros y todas las producciones de la industria del cómic japonés.

El contexto central de estas categorías es el *kawaii*, como motor de intereses e impulsos individuales que tienen relación con los argumentos y la estética del manga/anime y su materialización en la imaginación de sus consumidores. Esto puede verificarse en los casos de fanáticos (como se les denomina a los *otaku*, consumidores de manga/anime desde que el periodismo japonés acuñó el término a principios de la década de los ochenta) que desarrollan una relación cercana con algunos componentes estéticos y argumentísticos. Esto es una pequeña muestra de los alcances imaginales (referentes a sus propios imaginarios) de su afición.

Puede hablarse de la existencia de un arsenal de formas y conjuntos que atraen la mirada del consumidor de manga y anime sin que por ello se esté remarcando sólo la orientación de un estilo.

A simple vista, resulta obvio que una determinada técnica de dibujo, aunada a un banco de tradiciones argumentísticas, les han dado su nombre y prestigio a tales productos; sin embargo, el propósito del presente estudio consiste en ofrecer una aproximación a ciertos códigos estéticos (paradigmáticos) y su posterior aplicación cotidiana en la apreciación del espectáculo del cómic y la animación japoneses, armados como un pastiche que en la imaginación del consumidor adquiere un atractivo que no reside en una narrativa particular (argumento e ilustración) sino en una percepción global (estética del conjunto), que actúa

Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime

como referencia activada cada vez que se presenta un estímulo (en torno al manga/anime) que recuerda su poder de atracción, al apelar a esta gozosa abstracción de formas y colores que integra el compartimento individual de respuesta a la estética del cómic japonés.¹

Trascendiendo la clasificación por géneros, el atractivo mencionado se ceba en un impulso estético que el fanático de Occidente (desde ahora, otaku) genera a partir de la relación del uso de colores (pastel y chillantes, calientes y saturados) y técnicas (animación no discontinua de bocas y movimientos de las extremidades y ojos grandes como escaparate a la disposición de un abanico de sentimientos) con una única matriz, que debe ser la productora de un estilo que emerge del manga/anime para ajustarse a la vida cotidiana. Japón, como imagen universal y experiencia vicarial que debe copiarse e implementarse en todas las facetas de la cotidianidad (Schodt, 1983:22), dependiendo centralmente de la concepción de un imaginario que no se alimenta de la experiencia real, aunque fuese mínima, pues responde en forma exclusiva a la oferta mediática de anime, películas, literatura, fotografías o simples referencias que van a parar, no al acervo informacional que busca una organización racional (como el conocimiento escolarizado) para su investigación posterior, sino a la colección de sentimientos y construcciones ideales (Durand, 2004:26). Éstos, a través de la “experiencia manga/anime”, concurren en la “japonización de la realidad” mediante la estética de los objetos consumidos.

Siguiendo a Durand, la permanencia de una idea que recorre el circuito de la percepción, hasta romper la simple sensación y encajar con el imaginario personal y desde ahí potenciar un discurso, amuebla el espíritu (leyéndose como *imaginario*) con “miniaturas” mentales, chispazos que sin embargo perduran, que no son sino copias de las cosas objetivas.

¹ Este proceso es la descripción de asociaciones mentales armadas e interpretadas por los consumidores entrevistados desde el mes de octubre de 2007 con miras a la comprensión de los sistemas de identificación y aprehensión de contenidos del manga y anime.

Aun así, esta objetividad no redundará en la materialización de un interés, de una cosa que se puede palpar al gusto del deseo: un Tamagotchi que es “alimentado” por su dueño en su casa de Mexicali jamás tendrá relación con el Tamagotchi de la adorable chiquilla secundariana que lo revisa, programa y pone a dormir mientras recorre la línea Yamanote del metro de Shibuya, y esta imagen, recurrente a través de uno de los fetiches más populares (sexual y no a la vez) entre los otakus varones, merecería por sí sola, en tanto perteneciente a una gran categoría argumental manga/anime, un estudio aparte.

Aquí se refiere al punto de contacto que permite que un objeto cualquiera pueda lograr su membresía dentro de la fantasía personal que mucho le debe a estos pastiches que, aunque personalmente modificables, conforman la multirreferencialidad pop de estos productos.

Este espíritu del J-Pop (que combina música con animación, cine, *merchandising* y más) puede resumirse en una concepción estética que precede a su interpretación industrial para localizarse en las primeras producciones de Osamu Tezuka (Schodt, 1983:16), creador del anime moderno, dulce y colorido, y con esencia occidental: *kawaii*, un término que ha dominado a la cultura popular japonesa por lo menos desde mediados de la década de los setenta (Kinsella, 1995), que literalmente significa “lindo” y es utilizado para celebrar todo lo dulce, adorable, inocente, puro, simple, genuino, amable, vulnerable, débil e inexperimentado (*amai*,² *airashii*, *mujaki*, *junsui*, *kantan*, *shojiki*, *yasashii*, *kizutsukeyasui*, *kawaiso* y *mijuku*, respectivamente) que distinguiese a una persona y, de ahí, a cualquier objetivación de estas características elevadas a virtudes, en un animal u objeto real o imaginario, como símbolos teriomorfos (Durand, 2004:73) que son el vehículo de adaptación de imágenes orientadas a una

² La rutina de interacción, el gerundio *amaeru*, con un animalito, por ejemplo, que ha recibido caracterización humana, implica una relación de cariño con un ser “adorable”, y proviene de la encarnación animista que el shinto, religión nacional de Japón, dirige para la adoración de las divinidades del rito primitivo (Holtom, 200:22).

Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime

manipulación que haga más asequible su contenido, en el caso del consumo, y que alude a toda una mitología instaurada por la gama de productos y la vasta tradición que les antecede para conformar una capa profunda de asociaciones que por medio de una simbolización devuelvan al consumidor a un estado anterior de su gusto y percepción.

La clave del *kawaii* como animalizador de cosas y humanos consiste en la condición del animal de ser susceptible de una sobredeterminación de caracteres particulares que no tienen un vínculo directo con la animalidad: el intrincamiento de las motivaciones que vuelven a las distintas especies receptáculos de significados transformables y conduce a la *animación* (Krappe, 1952:36) de los pensamientos mediante la asimilación de sentimientos humanos para su transferencia a la cosa o animal elegido.

Bajo esta fundamentación, no debe resultar ajena al observador la relación estrecha entre el *kawaii* “original” y su aplicación localizable en la conducta social con su correspondiente apariencia física. Asimismo, estas formas prevalecen en los personajes de manga/anime en todos sus géneros, incluso los más oscuros y con las apariencias menos dulces (elementos indispensables de todo el manga y fenotipos, al fin y al cabo, para ser seguidos por el consumidor), que, para el interés del presente estudio, se conciben, el cómic y la animación, como la consecuencia derivada de la preferencia por este estilo.

Regresando al concepto, éste fue desarrollado en un estilo infantil y delicado a la vez que bonito (Kinsella, 1995), y saturó los medios y bienes de consumo para alcanzar su pico de intensidad sacarina en la década de los ochenta, justo durante la expansión de los OVA³ y la mercadería masiva de momentos y accesorios concomitantes al periodo de la burbuja económica japonesa.

Las personas “lindas” se volvieron extremadamente populares y el fanático de manga/anime podía aspirar a la personalización de estos elementos y “animaciones” coloridas vistiéndose igual

³ Original Video Animation: capítulos especiales de anime producidos directamente para su consumo en videocassette o DVD.

que sus personajes predilectos (actividad que en adelante se denominará *cosplay*) y ubicarse en una tipología que, al día de hoy, señala diferencias claras entre los géneros que conllevan sus respectivos mensajes sobre la personalidad y hasta espiritualidad de un individuo.

De nuevo, un punto de partida conveniente para el análisis de los atractivos estéticos de los productos para el fanático e incluso de las motivaciones mismas de su imaginario es la conexión del gran significante *kawaii* como un estilo básico que creció hasta generar modas más específicas y transitorias dirigidas hacia lo oscuro, el *punk*, el *skate* y los vestuarios *french maid*;⁴ se trataba de una estilística fruto del reciclaje, y nueva en tanto que aglutinadora de imágenes, que transitó de un romanticismo serio y *pinky* pero igualmente infantil, en los ochenta, al estilo andrógino, *kitsch* y más humorístico de los noventa.

Tal noción registró una transformación paralela aunque independiente del anime: la innovación de temáticas desde las aventuras a lo Disney, en la obra de Tezuka, hasta la introducción de géneros bien diferenciados (anime para chicas, de ciencia ficción e incluso para adultos) que funcionan como testigos, valiéndose de una serie de personajes arquetípicos en cada producto, de las nuevas adiciones conceptuales a lo “lindo”, que conforme se fue diseñando la figura del otaku⁵ (fanático) de principios de los años ochenta fue incidiendo en la confección de matices más profundos en torno al carácter reservado del consumidor, que, con la llegada y masificación del video, se hizo de una personalidad más coleccionista y reservada, que se convirtió en el centro al que se dirigirían términos como “tímido” o “avergonzado”, con sus ramificaciones persistentes como “patético”, “pobre”, “vergonzante”, entre otros matices, que empezaron a alejarse

⁴ Arraigados en el estilo *gothic lolita*, que encontramos en el anime con referencias europeas y decadentistas *Rozen maiden*.

⁵ Nombre peyorativo que en Japón se le dio al fanático obsesivo de cualquier cosa, pero que, a partir de las investigaciones del articulista Akio Nakamori en las convenciones de manga/anime en 1983, se le aplica a los productos relacionados con la industria del cómic y la animación (Schodt, 1996:34).

Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime

de la matriz originalmente positiva de lo que ha sido desde un principio lo *kawaii* como actitud en apariencia y después como estética (Kinsella, 1995).

El otaku, entonces, investido de todos estos adjetivos, fue construyéndose como el público natural del manga/anime en apariencia unificado como una tribu, dando lugar a su imagen contracultural que le presentaba, como hasta ahora, con empaque de marginal inadaptado e inmaduro para las relaciones sociales que, cuando tiene un empleo, trabaja tan sólo para pagarse su afición. Además, se le ha fijado el estereotipo de buen hijo de familia que tiene resueltas sus necesidades materiales básicas, fuera de las cuales no representa ninguna carga extra para sus padres, al contrario, pasa por un individuo anodino y dócil en extremo: un niño que responde a (y que proviene de) las virtudes estéticas y conductuales consagradas por la idea de lo *kawaii*.

Los distintos géneros de manga/anime han sido articulados por su filiación a una estética que por concreta y repetitiva los ha hecho identificables, sobre todo, fuera de Japón. La dulzura de sus personajes se vincula inevitablemente con la delicadeza de los rasgos de la Lolita adaptada a un proceso de infantilización. Éste, redundante en apariencia, aprovecha la sumisión de las mujeres de todas las edades a un ideal de elegancia y delicadeza, una estética estática, prescrita a las japonesas por códigos lo mismo de conducta (confucianos y budistas) que de apariencia física (cortesanos y de moda actual).

El manga/anime ha operado como productor de fenotipos que sirven para conducir a la mujer idealizada por diferentes espacios que marcan una identificación sociocultural. La *niña desvalida* como tipología ideal se presenta en personajes de cualquier edad en diferentes contextos. La estetización de la mujer dentro de los límites de un argumento permite el control sobre la proyección de un deseo, muy masculino, sobre lo que debe ser una dama.

Lo anterior viene apoyado por una percepción masiva de que la belleza debe ser así, *kawaii*, en todo momento. Los dibujos

tiernos, amelcochados, con bordes redondeados y colores pastel, inspiran la ternura que desea disfrutarse en las criaturas femeninas que, por no existir en la vida real, se desean intentando modelarlas desde la historia del manga/anime.

El *kawaii* es la noción estética que atraviesa transversalmente a los géneros. El vocablo inicial *kawayushi*, simplificado en los diccionarios posteriores a la Segunda Guerra Mundial, se nutriría de nuevos matices paralelos al desarrollo de la cultura industrial japonesa en el resto del siglo. La infantilización de los diversos personajes femeninos del manga/anime pasaría por la aplicación de esta ternura (que denota también una actitud *soñadora*, *melancólica*, *cariñosa* y *desvalida*) incluso a los argumentos menos compatibles, como los de las heroínas de historias de acción y drama como *Escaflowne* o *Millenium actress*.

El *kawaii* funciona como un binomio de impulsos que se sustentan en la admiración de lo que es bello por ser tierno y no al revés: consiste en la exclamación de un alegría admirativa (“¡mira qué lindo!”) y en deseo espontáneo (“¡lo quiero!”) en una dirección contraria a la de la belleza que por su majestuosidad provoca una necesidad de posesión. Si esta belleza monumental exige veneración, la ternura, el *kawaii*, solicita cariño. Este circuito aplica para el diseño de los personajes del manga/anime, instituyéndose como su motor estético, que se aleja del estilo infantil reproduciendo artificiosamente la dulzura de la infancia, recargándola para precipitar su efecto.

A principios de la década de los ochenta se acentuó, gracias al manga/anime, la popularidad de las colegialas japonesas como modelo nacional del ser *kawaii* como vehículo para la extensión indefinida de la infancia y la adolescencia. Entonces empezó a pensarse en estas chicas como los nuevos iconos de la mujer japonesa ajustados a los referentes pop de fin de siglo.

El género *Shojo* (para chicas) se creó para narrar las historias de sus vidas en revistas y series orientadas, como resultaría obvio, a un público femenino que se transformó en una legión de seguidores masculinos.

Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime

La admiración por estas chicas se convirtió en una vía para la posesión de los elementos más entrañables de su personalidad. En eso consistirá la incidencia de los personajes en el imaginario masculino a través de un proceso de personificación de los dibujos del manga/anime, integrándolos a una vivencia vicaria que depende en su esencia del argumento narrado. La noción de personificación, explica la estudiosa de género Jennifer Saul (2005:9) consiste en tratar a objetos y representaciones como personas vivas. La relación personal, imaginal, con el manga/anime y sus historias y personajes implicará así una relación sexual, por simbólica, entre personas y cosas, entre seres humanos y papeles impresos o imágenes en pantalla.

Este uso de los distintos soportes materiales implica en consecuencia, aunque siguiendo una nueva ruta, la cosificación de las mujeres. La diferencia entre géneros argumentales indica los niveles en que discurre la fantasía, algo que trasciende las distintas edades de sus mujeres. Una manifestación práctica del *kawaii* en el desarrollo de las historias, ya no sólo de su estética, es la conducta *burikko-suru*, infantil y saltarina en sus movimientos, de hablar engolado, haciendo uso lo mismo de diminutivos que de hipérbolos.

El *Magic Girl* no ha tenido mucha publicidad como género independiente, pues es difícil que no se le identifique dentro de la esfera del *shojo*. Sus motivaciones, si bien más específicas, podrían confundirse con cualquiera de estos argumentos: las heroínas luchan contra el mal con el poder del amor.

La aplicación del elemento *kawaii* a las historias de fantasía o ciencia ficción las vuelve más plásticas y asequibles mediante la ternura como un componente que los acerca más al mundo real de los consumidores.

Las chicas temerarias y alegres exponen aquí una de las virtudes más caras de la infantilización: la capacidad de cambiar/salvar al mundo mediante la fuerza salvífica de la inocencia. Con independencia de sus habilidades o su inteligencia, estas chicas son adoradas por lograr, en su *pequeñez*, hazañas inspiradas

por la pureza-casi-divina por la que se desearía conservarlas protegidas de los retos y angustias del mundo exterior. Las jovencitas y mujeres, mágicas por obra de su exquisita feminidad, son admiradas en acción como si se observara al microscopio el efecto de una cepa de penicilina.

Ahora mismo, mientras redacto este texto, leo la noticia del arresto de un hombre que asaltó en un distrito tokiota a dos peatones vistiendo una botarga de *Winnie the Pooh*. Aislado o no, se trata de un suceso ilustrativo del colorido de un país en donde cada ministerio de Estado y empresa privada cuenta con una mascota *kawaii* que es más conocida por el público que sus titulares.

Trascendiendo una estrategia mercadológica, el *kawaii* se utiliza como un acercamiento de las instituciones a los individuos, de por sí sujetos a ellas, para volver más íntima la dinámica de consumo, en una invitación a que el usuario se apropie de los productos haciéndolos únicos. Como en el manga/anime, muchas mujeres y jovencitas *kawaii* devienen ornatos a juego con la policromía feliz de los ambientes en los que se encuentran insertas.

El *lolikon*, sin abandonar del todo el género *hentai* (manga/anime pornográfico) al que pertenece, puede reclamar por sus fueros y gracias al *kawaii* que la evocación del placer que produce visualizar una infancia feliz, bonita, será más importante que las fantasías pedófilas que en su mayor parte ha representado. Las niñas vueltas más niñas y desvalidas en sus imágenes convocan la forma más extrema de la idealización de lo femenino que debe ser protegido para seguirse disfrutando.

La cosificación en clave del manga/anime es la infantilización. No hay lugar para la exaltación de la violencia machista por sí misma, pues ha de dársele prioridad a la tierna elegancia de sus víctimas, al menos en las producciones más agresivas de sexo hardcore del tipo de *Lewd angels* o *Fractal underground studio*.

Las niñas aquí pasan por adultas en su plenitud sexual gracias a la fantasía del mundo infantilizado, táctica que nominalmente

debe alejar al género de la pedofilia pura y dura. Buena parte del *lolikon* localizable en la Internet no incluye pornografía explícita, sino tan sólo situaciones que aún serían insostenibles en cualquier otro tinglado argumental desprovisto del auxilio del *kawaii*. Las niñas del *lolikon* obligan al resto del mundo representado a igualarse a ellas en su aspecto infantil que, por sexuado, demanda que la lindura reine para siempre en él para evitar que el lector las degrade a objetos, pues eso, en la lógica de sus historias, sería no-lindo.

La imagen ideal del otaku, que se conserva tanto por el interés de los medios masivos japoneses como por sus propias características (perpetuadas también por el visionado de su reflejo electrónico en películas y televisión), es el de un joven desaliñado con serias dificultades para comunicarse y sin ninguna suerte romántica con las mujeres,⁶ quienes le considerarán, en el óptimo de los casos, una especie de hermanito menor o confidente inofensivo, un personaje estereotípico herencia de la tipología *nerd* inmortalizada por Hollywood que se ve reproducida en buena medida por las reinterpretaciones occidentales de la idea de lo otaku, aunque sin considerar los condicionantes estéticos peculiares atisbados aquí y que son cercanos al consumidor que entra en contacto directo con las descripciones más completas y reiteradas de dicha figura.

Un punto de encuentro de las esferas estética y conductual consiste en el sustrato residual de la obra y los personajes de Walt Disney, pensados como protagonistas de un viaje emocional a una sociedad rural idealizada, dentro del basamento argumental del manga/anime y sus personajes (como ya se ha indicado, Kinsella, 1995) embarcados en una jornada sentimental

⁶ El otaku arquetípico consagrado por la película de 2005 *Densha otoko* es un ser en gran medida resignado a estar solo porque se percibe como nada atractivo al sexo opuesto y carece del talento para aventurar un cambio en su persona. La película presenta un cambio de esquema al decidirse su protagonista a renovar su aspecto físico para gustarle a su chica platónica. Ésta también es la realidad de muchos otakus occidentales que no consideran que su afición sea un impedimento grave para un romance.

de regreso a una infancia idealizada: una oposición a la sociedad industrial lo mismo que a la adultez por medio, como se verá a continuación, de elementos objetuales de la producción manga/anime para realizar la transformación individual de identidad y referentes tomando como base un estetismo generalizador donde los matices dulces se dulcifican, donde los villanos más malos por alguna razón no alcanzan a verse tan malvados y donde la infancia, eternizada, logra ser transportada a la vida real.

*La manipulación de colecciones
(en la apropiación de objetos)*

La imagen infantiloides en la apariencia del fanático abstraído del mundo real (de la normalidad) casa con la descripción estilística antes señalada: un salto de la caricatura a su soporte de carne y hueso, que aun así implica la verificación de procesos de interiorización (ajuste a la personalidad) por el consumidor. Éste, viviendo rodeado de su universo de referentes, de ese pastiche J-Pop que ha utilizado materias primas prefabricadas para poder ser reconfigurado a íntimo título personal, logra gozar del placer que es reflexivo sobre la emoción propia, encapsulada en los objetos que son medios como fines en sí mismos, contemplando y exaltando el sentimentalismo de la admiración de los efectos conscientes ejercidos por un producto (Castillo, 2001:4).

Esta conciencia de la falsedad es la esencia de la inscripción de un interés dentro del imaginario, el cual activaría la argumentación icónica que hace posible el discurso alternativo a la realidad con la que contacta para volver realidad la fantasía y desde ese punto, completando el circuito, fortalecer la identidad (Durand, 2004:385).

En otras palabras, una puesta en escena de carácter privado que ensaya el afán de estabilización de sensaciones de bienestar absoluto fijadas en ambientes controlados por el usuario que debe exaltar las representaciones hiperbólicas de ideales trascenden-

Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime

tales (Castillo, 2001:2): nostalgia del pasado (los buenos años en que el tono dramático del capítulo de *Astroboy* o de *Ranma ½* caldeaba la textura de toda la tarde-noche), curiosidad por lo exótico (*Japón es Tokio* porque ésta es una capital *occidental* irreplicable por la coincidencia feliz de alguna clase de futuro-ahora con la pulsión sensual de una cultura hermética) o amor a la belleza (el *kawaii* puro como origen y destino del gusto contemplativo válido para todos los productos del manga/anime) operando bajo criterios que recaen en (la historia de) cada otaku, quien posee la potestad de imprimirle a cada objeto de su pertenencia una memoria que está diseñada para romper con la estética predominante (como la distorsión “kitschificante” introducida por una habitación repleta de afiches) y ejecutar la asociación emocional de contenidos que, como se dijo desde un principio, hacen la llamada a la identidad común del manga/anime.

Así pues, el sentido de las cosas es el de la apropiación de un resultado empíricamente comprobable en la observación de un “valor de uso” cualquiera para todas las temáticas, pero que en el caso que nos ocupa debe conducir a la explicación de un proceso por cuyos contenidos se expresa la faceta más íntima del consumo, ahora en relación directa, por medio del objeto-signo, con su colección de imagerías.

Baudrillard (1999:97) reconoce a las cosas cotidianas como objetos de una pasión bajo la condición de propiedad privada que se fundamenta en su papel de aparato regulador del equilibrio del sujeto trasponiendo su función práctica, en su utilización que por lo general les limita a un uso (el juego distraído, indiferente, con el Game Boy color amarillo Pikachu) que nos devuelve al mundo, y no se refiere al potencial de la cosa como exposición inmediata de un valor asignado con arreglo a la relatividad del usuario, quien da una vuelta de tuerca a aquella mediación práctica (saca su cuenta de correo en <http://www.doramail.com> para recibir la bienvenida de Doraemon y luego, acaso, para enviar y recibir correo electrónico) para acercar al objeto a su mundo personal.

El objeto de posesión es el resultado de dicha abstracción, al

ser “poseído” por una imaginería que establece las reglas de un juego constante entre los constructores de las ideas que pueden hacer que las cosas se relacionen entre sí en la medida en que ya no remiten más que al sujeto-otaku.

El lucimiento, por ejemplo, de accesorios manga/anime muestra a éstos en su dimensión utilitaria, pero además de ello sirve como práctica de la expresión de un uso imaginal que necesita de estos vehículos para materializar una fantasía, una construcción que, aunque tiene una manifestación práctica, sigue existiendo solamente en el pastiche mental que el otaku porta con tanto garbo disimulado como a la mochila negra con un diseño basado en el de Intel que informa: “Hentai inside”; tratándose en resumen de una oposición complementaria de objetos-máquina/objetos puros, con estos últimos como receptores de un estatus estrictamente subjetivo (Baudrillard, 1999:99) para convertirse en objetos de colección, un estamento de la propiedad que se eleva sobre lo utilitario para señalar un proceso imaginal de apropiación.

Las cosas que conforman este mundo J-Pop capitaneado por el manga/anime y sus tramas quedan consignadas a su representación en el “pastiche ideal” originario por el que se vuelven conjunto de estímulos conceptuales, cada uno de ellos un objeto distinto, que exigen una consideración familiar despojada hace mucho de su función instrumental (sin importar que aún la siga ejerciendo) que los vuelve fascinantes a la vez que decepcionantes (Baudrillard, 1999:98), pues, al ser parte de una abstracción que responde a su vez a la materialización del imaginario, uno solo (un manga, un anime, una revista, un afiche, una web, una sola historia...) ya no es suficiente. Para que la colección sea representativa de su dueño debe constar de una sucesión de objetos que son una sucesión-imaginerías que observan la aspiración límite de una serie total, un proyecto consumado, espejismo que torna a la apreciación planeación y pronóstico de las posibilidades de un objeto para continuar con la cadena e inquietar (excitar) al imaginario “productor” de más y mejores objetos evocadores.

Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime

La organización de las cosas en una colección tiende a ordenar y equilibrar este caos gozoso haciendo que las historias y colores puedan remitirse mutuamente siempre bajo criterios personales y bien fundamentados, para así hacer de cada uno de ellos una abstracción suficiente para su posterior recuperación en su vivencia individual que funge como motor de la posesión, una empresa apasionada que en este caso, y en el nombre de la matriz J-Pop, convierte a la insípida prosa cotidiana (utilitaria) en poesía triunfal dotada de una discursividad dislocada pero iluminadora (Baudrillard, 1999:99).

El objeto pasión es entonces la reminiscencia del afán infantil de posesión ante su urgencia por entender el mundo vía el control de sus fenómenos objetivados en un trozo simbólico manipulable (Rheims, 1962:28), fase que termina con la llegada de la crisis de la pubertad y que puede regresar inmediatamente después y se presenta también en los hombres de más de 40 años (Baudrillard, 1999:99) como una suerte de compensación de las evoluciones de la sexualidad, aunque sin apuntar a una conducta pulsional de índole fetichista, pese a que en su denominación se dirige a la satisfacción de una pasión por el objeto amado, entendido como la creación más bella de la divinidad, en torno a la cual se despliega una veneración que adquiere tintes de clandestinidad, de culto secreto fundamental, que tiene todas las características de una relación pecaminosa.

El goce de esta posesión implica también la comprensión de un objeto como un *ser* único e irrepetible por sus particularidades que aun así se constriñe a su pertenencia a la serie (que es también concepto integrador antes de pasar a denominarse “colección”) y, por consiguiente, quedando sujeto a una sustitución temporal o incluso permanente, dejando al descubierto el binomio quintaesencia cualitativa-manipulación cuantitativa.

La manifestación de esta dinámica aplica para la manipulación de objetos que son historias entrelazadas por una dimensión tangible que haga por explicar el afán coleccionista como el destino final de las actividades que el otaku realiza personalmente y en

relación con su grupo: asistencia a convenciones, intercambio de archivos, consumo vía web, discusiones cara a cara y por chat, performatividad, juegos de rol, etcétera.

La batería de intereses individuales rompe con las posibilidades de hacer interactuar al grupo con los diversos estamentos de la sociedad en términos del uso de un lenguaje inteligible para ambas partes; no hay un sustrato ideológico cohesionador ni actividades encaminadas a traducir el universo del manga/anime al contexto local en conjunto con sus problemáticas, y este proceso apolítico de agrupación se hace visible, sin embargo, en la vida de la ciudad, aunque como una casualidad casi premeditada por la concordancia del “movimiento otaku” convocado por el pastiche ideal, que pone al espacio abierto y a los recintos públicos como escenarios requeridos por la idea de la actividad del fanático destinado a identificarse con sus pares. Después de todo, la tipología otaku surgió del análisis de su conducta en las convenciones tokiotas (Schodt, 1996:14).

La posterior reproducción de este “ambiente otaku” a un nivel de control por el fanático se expresa en la colocación de los objetos en un espacio tan típico como su habitación, que queda organizada a través de un eje que es el guión que garantiza la cronología regular de las conductas (Baudrillard, 1999:13). Ello en virtud de la perpetuación del mundo manga/anime, de sus imaginarios como vidas alternativas y, en última instancia, de Japón, imagen proveída por el pastiche con que el otaku, que suele presumir de conocer la cultura y al individuo japoneses mucho mejor que la mayoría de los extranjeros que visitan aquel país, construye las formas de sus objetos de pasión, momento en que superan su condición de “cosas” para alimentar la gramática de sus aspiraciones y ensoñaciones cotidianas, y lo que queda del “arquetipo otaku” inmortalizado por los medios es la estabilidad psíquica, que pareciera sólo poder alcanzarse creando una dimensión alternativa donde el fanático es uno solo con los objetos de su afecto.

Esto presenta un contrapunto significativo al diagnóstico crítico de la producción industrial que afirma que el sentido social

Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime

de las cosas y significados se desplaza desde la historia, para despojarse de ella, a la pantalla, a un espacio en donde todas las formas tienden a resignificar las viejas utopías en un proceso de descontextualización que las convierte en mercancías (Vásquez Rocca, 2007:5).

Los índices de moral e ideología son sustituidos por relaciones mercantiles que operan como vehículos de imágenes al servicio, como en este caso, de referentes que se ubican en función de la construcción del gusto del usuario. Tal es la clave de la composición del pastiche, que asegura a la cosa externa, mercantilizada y desligada de un modelo para transformarse en serie (Baudrillard, 1999:14), un significado basado en sus valores e imaginерías, en la abducción simbólica de una mente sobre un estímulo, como es cualquier derivado del manga/anime.

Dicha apropiación se genera en contraposición a otro fenómeno externo: la obsolescencia objetual (Vásquez Rocca, 2007:5) que, afirmada como una dinámica de mercado, asegura la rotación acelerada en la producción de bienes simbólicos con motivo de la inviabilidad de la erección de cualquiera de ellos en “ídolo personalizado y canónico” para una gran masa, además de que la generación industrializada de productos vuelve imposible que una sola colección de figuras icónicas, del manga/anime por ejemplo, permanezca en la cúspide de su popularidad por una larga temporada: éste es el circuito de los objetos que se vuelven obsoletos fuera del campo de acción y consumo de sus seguidores, quienes, como es natural, desechan una cantidad importante de estos productos pero realizan una gran inversión emocional en otros tantos, y mientras más profunda sea la brecha entre el pastiche y la realidad (la tangible, la del mercado social), puede encontrarse una mayor capacidad de resignificación y adaptación del objeto al mundo personal, junto con una resistencia más fuerte a los vaivenes de la novedad de la industria.

La saturación de colores y figuras de la habitación otaku, propuesta en esta ocasión como modelo reproductor del pastiche ideal integrador que resume las nociones estéticas consideradas,

es la vuelta de eso que Baudrillard (1999:15) llama la “afectación” en la decoración, que en este caso particular no se preocupa por un ordenamiento objetivo que responda a la línea lógica de la imaginación que dicta la presencia de objetos cuya primera función deberá ser la de personificar las relaciones del otaku, no con otros otakus, sino con su universo interior, poblando un espacio devenido santuario en nombre de cuya idea general disponen de un alma, de un poder evocativo que desplaza su función instrumental, en la dimensión de lo real (de utilización), para anteponer su valor (de posesión) en la dimensión moral construida en torno a una complicidad del usuario con sus objetos manga/anime, un denso valor afectivo que es la “presencia” (Baudrillard, 1999:14) por la que el Todo es efectivo y que, al significar al argumento central objetual del otaku, se vuelve la reproducción diferida del pastiche ideal de sensaciones e imágenes.

Adolfo Vásquez Rocca (2006:1) afirma que la pulsión coleccionista, inherente al fanático, es el comportamiento humano hacia un objeto en la medida en que este objeto se comporta humanamente hacia él, siendo significativo por ser rico en historia y asociaciones imaginarias y reales. Cabría acotar que, si se le relaciona en el caso presente con la multiplicidad de ideas argumentales y periféricas propiciadas por el consumo de manga/anime, tenemos entonces una notable colección detonadora de imagerías y visiones que son expandidas por la fuerza de la serie como perpetuadora de la sensación primera.

Cerrando más la definición del espacio, tenemos que éste, con base en lo anteriormente dicho, es una comunidad de memoria e imagen integrando el ambiente de la materia conservada de los tesoros del pasado-presente (Vásquez Rocca, 2006:1).

La denuncia anticonsumista de una nostalgia dirigida por el uso de la figura comercial del *revival* se apoya en la realidad hueca de la conducta nostálgica que le concede primacía al mensaje antes que a la identidad, considerando que el recuerdo de una época pasada debería resultar atractivo e inspirador para una importante mayoría, pero en lo que respecta al usuario de manga/

Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime

anime puede ubicarse a la nostalgia imbuida en sus rutinas de consumo dentro de una batería de ritos laicos a nivel doméstico que son verificados en la visión de un anime o una película (japonesa, o en su defecto china o coreana, desde luego), en la clasificación de revistas o afiches o en la simple observación y fragmentación de los colores y técnicas que componen el estilo: en definitiva, cualquier actividad que consiga la abducción inmediata de regreso a ese Japón particular consignado en la mente alerta y estética del otaku. Sirva a esta descripción del *ambiente* el siguiente par de ejemplos:

- a) La habitación de un otaku local ofrece al visitante la colección de su propietario expuesta a modo de afiches: dibujos recortados a colores y en blanco y negro de paisajes de una indeterminada campiña japonesa, páginas impresas de Internet con carteles publicitarios de las películas animadas de Hayao Miyazaki y de acción real dirigidas por Takashi Miiike y Takeshi Kitano, dibujos a lápiz de la Princesa Masako y de los novelistas Haruki Murakami y Banana Yoshimoto; y de objetos de utilización: dos o tres centenares de CDs y DVDs que lo mismo guardan películas que manga escaneado en formato PDF y música J-Pop y J-Rock (incluyendo bandas sonoras de anime) en MP3 o DivX, organizada en archivos misceláneos o con el nombre del disco, que en ocasiones no se puede leer por estar convertido en signos ilegibles porque la computadora no tiene instalado soporte lingüístico para japonés, algunas revistas de la compañía traductora y editora japoamericana Shonen Jump adquiridas en las rebajas de El Centro y Tijuana, figuritas de Doraemon y Hello Kitty! y algunas hechas con plastilina y conservadas sobre un cuadro de acrílico, una mochila con un botón de *Hellsing* y más allá un montoncito con tres o cuatro ejemplares de diarios chinos con la etiqueta de un P.O. Box de Caléxico. Y cuando se le pregunta por el significado de su cuarto,

Culturales

nuestro otaku contesta, después de pensarlo mucho, que sólo ahí se siente tranquilo, cuando se encierra con llave. Una declaración que merece una lectura pormenorizada, digna de otro artículo.

b) Cerca de la medianoche de la Nochebuena de 2007 el sitio <http://2chart.fc2web.com/2chart/tansiikurisumsu.html> empezó a cargar poco más de cien fotografías enviadas por sus abonados donde se componía un escenario común: un monitor de PC o una laptop mostrando un fotograma de anime o una imagen de formato JPG de una chica protagonista de series como *Kare Kano*, *Fruits basket*, *Ranma 1/2*, *Escaflowne*, *Is*, entre otros; frente a la imagen, un plato con pavo y puré de papa junto a una copa de cristal, todo en una charola adornada con una servilleta blanca de tela al lado de la cual, en algunos casos, aparece una botella de champaña por descorchar o también un pastelito de tamaño individual (o justo para dos) o un plato con empanadas y una taza de chocolate o café ante los que las bellas chicas siempre tienen una sonrisa radiante y satisfecha, es una buena y dichosa cena de Navidad para cada otaku en la intimidad de la Red. Si hemos de creer por lo menos a una muestra significativa de este volumen de experiencias, encontramos que el desarrollo de las rutinas simbólicas conlleva la realización, en un plano controlado y asequible para su usuario, de las necesidades y ensoñaciones que, por el momento y quizá tan sólo porque así han llegado a programarlo, se hallan fuera de la dimensión real en la que transcurren sus vidas cotidianas.

Conclusión

El consumo de manga/anime se ha dirigido a la satisfacción de una necesidad de entretenimiento, y ésta es una definición que no

Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime

por básica carece de ramificaciones y campos profundos para el estudio de los ajustes y representaciones de sus usuarios para desempeñar su vida normal, y esta conducta orientada hacia el uso de los productos manga/anime incide en la construcción sociocultural de un seguidor de este universo estético.

Este universo es también conceptual y se vuelve vital, puede tener cualquier edad y utilizar los argumentos y a los personajes dentro de las categorías y fenómenos antes estudiados para explorar su creatividad, pero sobre todo para conocer más sobre su ambiente y “respirar” mejor viviendo rodeado de un entorno demandante donde la individualidad se anula y de demandas por una uniformidad que es además competitiva y represiva en tanto reproductora de un poder social superior.

El surgimiento pleno del campo otaku como horizonte estudiable está por surgir como base para la comprensión de una sensibilidad que crece y muestra sus alcances sobre una parcela importante de jóvenes y adultos en el Occidente que ha venido a revalorar el concepto *otaku* partiendo de sus propios códigos y peculiaridades culturales.

Bibliografía

BAUDRILLARD, JEAN, *Cultura y simulacro*, Kairós, Barcelona, 1997.
—, *El sistema de los objetos*, Siglo XXI, México, 1999.

BAYER, RAYMOND, *Historia de la estética*, Fondo de Cultura Económica, México, 1986.

CASTILLO VARGAS, FRANCISCO, “El Kitsch, estética de la superabundancia”, en *Computer World*, revista electrónica, México, 2001, en <http://www.computerworld.com.mx/ desarrollo/elkitsch.htm>.

DURAND, GILBERT, *Las estructuras antropológicas del imaginario*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004.

HAYASHI, CHIKIO, Y YASUMASA KURODA, *Japanese Culture in Comparative Perspective*, Praeger, Londres, 1997.

Culturales

- HOLTOM, DANIEL CLARENCE, *Un estudio sobre el shinto moderno*, Paidós, Barcelona, 2004.
- KINSELLA, SHARON, “Cuties in Japan”, en Lise Skov y Brian Moeran (eds.), *Women Media and Consumption in Japan*, Curzon Press, Richmond, 1995.
- KRAPPE, ALEXANDRE, *La genese des mythes*, Payot, París, 1952.
- MITA, MUNESUKE, *Psicología social del Japón moderno*, México, 1996.
- RHEIMS, MAURICE, *La vie étrange des objets*, Le Seuil, París, 1963.
- SAUL, JENNIFER, “Tratar objetos como personas. Cosificación, pornografía y uso del vibrador”, en *Pasajes de pensamiento contemporáneo*, 2005.
- SCHODT, FREDERIK, *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga*, Stone Bridge Press, Berkeley, 1996.
- , *Manga!, Manga! The World of Japanese Comics*, Kodansha, Tokio, 1983.
- VÁSQUEZ ROCCA, ADOLFO, “Baudrillard: cultura, narcisismo y régimen de mortandad en el sistema de los objetos”, en *Cuaderno de Materiales*, Universidad Complutense, Madrid, 2007.
- , “Coleccionismo y genealogía de la intimidad”, en *Almiar*, Madrid, 2006.
- WHITE, MARY, *The Material Child: Coming of Age in Japan and America*, University of California Press, Los Ángeles, 1994.

Fecha de recepción: 23 de septiembre de 2008

Fecha de aceptación: 20 de septiembre de 2010