

La influencia de las TIC en la construcción del mestizaje cultural: el otakismo como un fenómeno emergente de la sociedad en red¹

Influence of ICT's in the construction of cultural miscegenation: otakism as an emerging phenomenon in the network society

Verónica Paulina Proaño Vallejo

Universidad de Las Américas

Quito, Ecuador

veroproa@gmail.com

Daniel Barredo Ibáñez

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Manta, Ecuador

daniel.barredo@uleam.edu.ec

Resumen

La complejidad de las relaciones contemporáneas dificulta enormemente la clasificación del *locus* y la visibilización de los significados imperantes en los imaginarios. En el siglo XXI cobra especial relevancia la ciberesfera, un paradigma emergente que estimula el surgimiento de culturas gestionadas desde el campo virtual, como la del *otakismo*. Con este ensayo, describimos las principales características de un tipo de cultura que continúa los esfuerzos iniciados durante los siglos XIX y XX y que tiene una vigorosa presencia tanto dentro de la llamada *sociedad de consumo* como de la sociedad en red. El resultado de la interrelación de estos vectores enunciados produce una integración simbólica identificada por el mestizaje de algunos valores locales japoneses con el lenguaje audiovisual y la tecnología.

Palabras claves: Otakismo; otaku; sociedad de consumo; sociedad en red.

Abstract

The complexity of contemporary relationships complicates the classification of the locus and the visualization of the meanings that hold the prevailing imaginary. The XXI century is an age where the Internet became particularly relevant, an emerging paradigm that stimulates the appearance of cultures managed from the virtual field, such as the *otakism*. In this paper, we describe the main characteristics of a culture that continues the process started during the nineteenth and twentieth centuries and has a strong presence both in the so called consumer society and the networked society. The result of the interplay of these vectors produces a symbolic integration of the statements identified by the mixture of some Japanese local values with audiovisual language and technology.

Keywords: Otakism; otaku; consumer society; networked society

Recibido: 5 de mayo de 2015

Aceptado: 26 de octubre de 2015

1. Internet y el mestizaje de los imaginarios

La complejidad de las relaciones contemporáneas dificulta enormemente la clasificación del *locus* y la visibilización de los significados imperantes en los imaginarios. En el siglo XXI cobra especial relevancia la ciberesfera, el “universo *hipertextual*” (Urresti, 2008, p.8) que erosiona los márgenes locales, y marca el advenimiento de una sociedad internacional identificada por patrones conductuales y vivenciales semejantes; somos conscientes, con todo, de que todavía asistimos globalmente a una “tensión entre ambas esferas” (Barredo, Oller y Buenaventura, 2013, p.85), es decir, a una confrontación entre las rutinas del espacio público asentado en los siglos XIX y XX y a las rutinas propuestas por el escenario reconfigurado a partir de Internet. Pero sin la emergencia de un nuevo paradigma internacional no podría explicarse claramente el surgimiento de culturas gestionadas desde el campo virtual, como la del *otakismo*². La transferencia de contenidos simbólicos desde las TIC resulta determinante en las formas de actuar, estudiar, entretenerse y visualizar e identificar los componentes globales de grupos poblacionales estratégicos, como el de los jóvenes (Urresti, 2008). Con todo, la transferencia mencionada se produce desde la lógica individual del campo digital, desde la posibilidad de la acción individual en la acción colectiva. O dicho de una forma más poética, si cabe:

La Sociedad de la Información se parece a un *tiovivo*: los ciudadanos son los usuarios que montan en los caballitos. Los medios añaden la música y el movimiento circular, homogéneo, alrededor de sí mismos. En la Sociedad de los Ideantes cada ciudadano se ha convertido en su propio *tiovivo*: la composición social se asemeja a una constelación de *tiovivos*. Cada ideante construye su luz y su música y su movimiento (Oller y Barredo, 2012, p.60)

Debido a este efecto de mestizaje simbólico, surgen enormes dificultades al intentar encasillar al *otakismo* dentro de un espacio geográfico específico, ya que se trata de una cultura que posee un parámetro *extrageográfico* y posmodernista que, aunque nació vinculado a Japón, se ha ido desarrollando y expandiendo por diferentes regiones

(Gibson, 2001, 1 de abril). Ese proceso de propagación global, en el caso de los *otaku*, también está relacionado con el avance de la sociedad de consumo; los *otaku*, como recuerda Grassmuck (1990), son a menudo considerados como la élite de una sociedad *hiperconsumista*, un aspecto sobre el que nos ocuparemos más adelante. Pero hay otros factores igualmente importantes que influyen en la emergencia de esta cultura; uno de los más evidentes es el papel protagonista de Japón, durante el siglo XX, como exportador de aparatos electrónicos. Fue ese éxito industrial el que precisamente conllevó el posicionamiento cultural del pueblo nipón, en tanto que la tecnología desarrollada en ese país presentaba una recopilación y perfeccionamiento de inventos originados en todas las partes del globo terráqueo (Sagasti, 1988). La atracción que despertó lo japonés, como epicentro de la modernidad tecnológica, se popularizó mediante el impulso de corporaciones mundiales como CNN o la BBC, consiguiendo copar temas de interés local dentro de las coberturas periodísticas a nivel internacional (Iwabuchi, 2002). También, dentro del campo ideológico, es interesante anotar la descomposición política contemporánea, reflejada en la dificultad de gobernabilidad y en la falta de credibilidad de las instituciones gubernamentales, según explica Barredo (2013). Estos cambios plantean nuevas interrogantes sociales sobre las formas de representación, con un abandono paulatino de la confianza en esas instituciones que propiciaban tradicionalmente la participación colectiva. Este proceso evolutivo viene relacionado con la globalización que, a su vez, constituye un salto trascendental en el campo de la internacionalización del capital (Aguilar, 2002). Una internacionalización que impone, por ejemplo, una paulatina erosión de lo autóctono o lo propio (García Canclini, 1989). Se impone, ante todo, el deleuziano rizoma como “categoría estética” (Vaskes, 2008, p.266), es decir, lo híbrido y lo mestizo como señas de identidad global³. Sin entrar en detalles concretos, lo cierto es que la fusión se acrecienta en la medida en que existen fenómenos globales y locales -como la emigración- que eclosionan en la emergencia de las llamadas “sociedades multiculturales” (Banks, 2014, p.3).

2. Orientalismo y pensamiento colonial

Pero hay que subrayar que el proceso descrito en las páginas anteriores está todavía en desarrollo, en tanto que continúan vigentes los esfuerzos iniciados durante los siglos XIX y XX. La evolución de la influencia oriental en el imaginario occidental ha sido un proceso de lento descubrimiento, privilegiado –como señalábamos anteriormente– por el empuje de la tecnología, como también por la posibilidad de establecer intercambios formales sin las distorsiones de épocas anteriores; recordemos que, según Said (1990), los acercamientos entre Occidente - Oriente han estado marcados en los últimos siglos por una curiosidad empañada de relaciones basadas en la fuerza o el sometimiento. Fue en los primeros años del siglo XIX cuando en Europa se vivió una explosión intelectual que se centraba en estudiar los diferentes parámetros que componían las tierras que, hasta ese entonces, eran desconocidas; autores pioneros como Balfour y Cromer se especializaron en estudiar esas regiones, con la idea de que Oriente necesitaba ser analizado y rectificado por Occidente (Said, 1990). Esos fueron los gérmenes del llamado *Orientalismo*, un acercamiento preliminar a las culturas asiáticas desde la distancia de la idealización o la

comprensión superficial, teñidas de un discurso pedagógico que enfrentaba el *ellos* con el *nosotros*:

<...> se ha fijado una visión dicotómica que establece diferencias tajantes entre estas dos formas de vida, fuente de donde emanan las visiones jactanciosas de un Orientalismo académico fincadas en un aparato cognoscitivo erudito que, en sus inicios, tuvo un carácter lingüístico y literario y después se ha ido revistiendo con nuevos ropajes (Romero, 2008, p.122)

La forma *orientalista* de observar la cultura reconstruye parte de la base del conocimiento actual sobre Oriente; entre 1900 a 1914, según explica Bloom (2010, pp.16-17), se forjaron la cultura, la forma de pensar y las acciones que imperan en el siglo XX, y que se prolongan en el XXI. El concepto de *realidad* de Oriente, al igual que el de Occidente, cambia constantemente, no permanece anclado en definiciones estáticas. Sin embargo, parte del pensamiento colonial occidental buscaba el establecimiento de un imaginario –el cual, como explica Glissant (1997), establece una construcción simbólica de la sociedad– basado en tópicos y prejuicios presentados de manera natural. El ímpetu expansionista de Occidente consiguió propagar este catálogo hipotético a través de un proceso de asentamiento del dominio –también en lo simbólico– que, de acuerdo con Mignolo (2003), se realizó desde canales de difusión como los textos literarios, los medios de comunicación o incluso los ideales. Pero la creación de ese imaginario característico de Occidente no fue un elemento aislado para conseguir la transfusión efectiva de símbolos culturales. Quijano (2000), además, propone un término altamente significativo: *la colonialidad de poder*; este autor, en la obra citada, presenta como base esencial del dualismo del poder la relación entre *razón / cuerpo y sujeto / objeto*. No olvidemos que el significante de un lugar toma forma en la medida en que se van acumulando las significaciones relacionadas con dicho espacio (Bachelard, 1957).

3. La sociedad de consumo y el *otakismo*

Digamos que para terminar de entender significativamente al *otakismo*, hay que resaltar su vigorosa presencia dentro de la llamada *sociedad de consumo* (Baudrillard, 2009), iniciada –como explica Jameson (2008, pp.167-168)– en Estados Unidos entre los años cuarenta y cincuenta. El *otakismo*, en ese sentido, parte del “reciclaje cultural” (Baudrillard, 2009, p.126), a partir de la apropiación de aquellos rasgos que se consideran propios de la modernidad, en favor de una lógica de desnaturalización de lo humano. La integración de facciones de animales, el uso de colores exóticos en los cabellos, la presencia de uniformes de colegios, entre otros, se incorporan estéticamente como hallazgos procedentes fundamentalmente de algunos audiovisuales, los cuales configuran el patrimonio mítico de los *otaku*. Cada una de las representaciones, dentro del *otakismo*, tiende a identificarse con distintas subculturas, las cuales presentan un mayor o menor grado de distanciamiento (Eng, 2002)⁴. Quizá una de las subculturas más reconocibles de este movimiento internacional es la representación de personajes ficticios, denominado *cosplay*⁵. El individuo, entonces, se convierte –como explica Sibia (2008)– en una marca capaz de autoadministrar su presencia exterior; la ropa, en esa lógica promocional, adquiere un importante papel protagónico. Aunque también cobra relevancia la imitación de los aspectos psicológicos de los personajes –como las poses, los diálogos o la

personalidad-, los cuales terminan por transformar la identidad *real* en una identidad ficticia (Aoyama y Cahill, 2003). Pero asimismo podríamos entender este proceso dentro de una lógica de conversión personal, en la que “el vestido permite al hombre asumir su libertad, constituirse en eso que ha querido ser” (Barthes, 2003, p.418).

Sea como promoción, sea como indagación individual, otros elementos que caracterizan al *otakismo* son el “pastiche” o la “parodia” que describe Jameson (2008, p.170) en términos generales, y que enuncian la desacralización creciente de los símbolos culturales. El imaginario *otaku* borra los vestigios de las ideologías o las religiones, en tanto que han sido consumidas y reemplazadas por las tecnologías, las cuales imponen un sistema de reglas específico y aculturación⁶. Visto desde esta perspectiva no sorprende, entonces, que existan autores que consideren que una de las novedades de la posmodernidad haya sido la “estimulante sensación” de acercar la realidad de las diferentes zonas del globo (Mumford, 2011, p.9), a través de dispositivos y canales. Precisamente el acceso a la información, y la apropiación de la misma, descentralizó el concepto de la moda, impulsó la adquisición de estilos y de tendencias procedentes de la periferia. Vestirse con determinado traje representa un acto que supera los motivos de adorno y protección; su significado le otorga un valor profundamente social como acto representativo (Barthes, 2003). Un aspecto esencial del *cosplay* es que representa un punto en el que los consumidores se vuelven creadores de contenido, generando un significado especial en los elementos creados. Los *cosplayers* demandan participar del símbolo, interactuar con los significantes, un comportamiento muy habitual en las audiencias de Internet (Bruns, 2008); en ámbitos tan sensibles como es el de la información, por ejemplo, la actividad de las audiencias es tal que están reconfigurando el periodismo hacia soluciones más participativas, hacia una creciente integración de los usuarios en las redacciones (Bowman y Willis, 2003). La recreación de actos y elementos de personajes ficticios, convierte la identidad de los *cosplayers* en un imaginario carente de homogeneidad donde quizá lo único que prevalece es un imperativo de cambio. Pero es este solo uno de los ejemplos de los subgéneros que se manejan dentro del *otakismo*. Ciertamente, el otro aspecto que vincula a esta cultura con la sociedad de consumo es su estrecha relación con los artículos de la moda japonesa (Eng, 2002), una relación influida por la estética tecnológica y espectacular de los *otaku*. El resultado de esos lazos se observa en la cantidad de productos generados a partir del reflejo simbólico: desde películas, ropa, accesorios, juguetes, hasta alimentos, o artículos específicos como juegos de mesa o carta o enseres para el hogar (Bryce, Cheung y Gutierrez, 2010). Tal cantidad de bienes se traduce en unos abultados ingresos, muy apetecidos por las grandes transnacionales; solo el *anime*⁷ representa el 90% de las exportaciones culturales japonesas (Cooper-Chen, 2011). Este éxito comercial se basa en el poder adquisitivo de los *otaku*, en su imperativo de cambio (mencionado anteriormente), el cual además consigue que las personas participantes de esta cultura configuren una vanguardia que marca la pauta de las ventas y el camino de los productos tecnológicos (Stout, 2001, 13 de julio). Los orígenes hay que buscarlos nuevamente en la apertura progresiva de los mercados iniciada en los siglos XIX y XX –y no nos referimos a una mera apertura económica, sino sobre todo cultural- y a la abolición de conceptos como *lo nuestro* (García Canclini, 1995), con la posterior erosión de la diferencia entre lo necesario y lo deseable.

4. Conclusiones

El monopolio de la gestión simbólica de los medios de comunicación, imperante durante la mayor parte del siglo XX, influyó en la creación de imaginarios y la difusión de ideas; en un primer término, se consolidó el dualismo y el concepto de otredad entre Oriente y Occidente. Pero paulatinamente la importancia industrial de Japón promovió una generalización de los usos asociados a sus productos, esto es, a las costumbres y a los valores culturales de este país, los cuales fueron amplificados por el auge global de las transnacionales de la información. En las últimas décadas, la “globalización mediática como el poder económico asiático” (Iwabuchi, 2002, p.3) han impactado fuertemente en la construcción discursiva contemporánea. Pero no olvidemos que en este proceso resultó determinante la actitud del país nipón, porque empleó la noción de ser representado⁸, interviniendo activamente a nivel global para modificar las percepciones que existían en Occidente (Iwabuchi, 2002). En ese sentido, según se ha explicado en las páginas anteriores, el individuo actual se enfrenta a varias tensiones: la que hay entre los ejes de lo local y lo global, y la que confronta la *espectacularización* con la intimidad (Sibilia, 2008). Los reflejos que simbolizan las características del espacio público posmoderno podemos encontrarlos en las redes sociales, en donde se observan nuevas formas de participación pública y de autorrepresentación. Todos estos condicionantes enumerados están presentes dentro de la definición del fenómeno *otaku*, y en su implementación sustancial en las rutinas cotidianas de buena parte de la ciudadanía del globo:

Los adelantos en las tecnologías interactivas, especialmente en el área de las comunicaciones, provocaron una doble reacción: por un lado, los cambios generaron un conjunto articulado de relaciones sociales planetarias y, por el otro, surgieron los localismos como anticuerpos del sistema que acentuarían los particularismos culturales (Saulquin, 2010, p.16)

El resultado de la interrelación de los vectores enunciados ha producido un ejemplo de cultura identificada por el mestizaje de algunos valores locales japoneses con el lenguaje audiovisual y la tecnología. En nuestra opinión, es un reduccionismo inaceptable convertir a los *otaku* en una subcultura que mezcla valores de las culturas americana y japonesa, como señala Eng (2002). Más bien debemos entender este fenómeno como un reflejo del creciente interés de Occidente por Oriente surgido desde el siglo XIX, como un lento proceso de incorporación de las animaciones japonesas al imaginario cultural occidental.

En la actualidad, es tal el ascendente del *otakismo* que algunos autores se plantean el desplazamiento de la influencia de los valores occidentales en favor de los valores japoneses dentro de las tendencias artísticas contemporáneas (Stuever, 2000, 14 de febrero). Quizá los encuentros entre *otakismo* y sociedad en red se deben sobre todo a las amplias posibilidades de fusionarse con lo que Saulquin (2010, p.16) acuñó como “particularismos culturales”. En futuros trabajos, examinaremos hasta qué punto determinan los factores contextuales la construcción local del *otakismo* en lugares tan aparentemente distantes como por ejemplo Ecuador.

5. Bibliografía

- Aguilar-Monteverde, A. (2002). *Globalización y capitalismo*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Aoyama, T. y Cahill, J. (2003). *Cosplay Girls: Japan's Live Animation Heroines*. Tokio: DH Publishing.
- Bachelard, Gastón (1957). *La Poética del Espacio*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Banks, J. A. (2014). Emigración global, diversidad y educación para la ciudadanía. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 17(2), 1 - 11.
- Barthes, R. (2003). *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires: Paidós.
- Barredo, D. (2013). La crisis de credibilidad de la gestión institucional: hacia la generación de confianza en la era del ciberespacio. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, 123, 41 - 47.
- Barredo, D.; Oller, M. y Buenaventura, S.(2013). The End of the Information Society. Notes for the Configuration of the New Contemporary Public Space: the Society of Devisers. *Observatorio (OBS*) Journal*, 7(3), 79-91.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Bowman, S. y Willis, Chris (2003). We Media: How Audiences Are Shaping the Future of News and Information. *The Media Center at the American Press Institute*. Recuperado el 20/12/2012 de:
http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf
- Bruns, A. (2008). The Active Audience: Transforming Journalism from Gatekeeping to Gatewatching. En Paterson, Chris y Domingo, David (Eds.). *Making Online News: The Ethnography of New Media Production* (pp. 171 - 184). New York: Peter Lang.
- Bryce, M.; Cheung, P. y Gutierrez, A. K.(2010). Clones, Hybrids and Organ Transplants in Anime and Manga. *International Journal of the Humanities*, 8(5), 279-290.
- Cooper-Chen, A. (2011). Japan's Illustrated Storytelling: A Thematic Analysis of Globalized Anime and Manga. *Keio Communication Review*, (33), 85-98.
- Eng, L. (2002). Otaku-who? Technoculture, youth, consumption, and resistance. American representations of a Japanese youth subculture. En *Research Seminar Methods in STS*. Recuperado el 24 de noviembre de 2014 de
<http://www.cjas.org/~leng/otaku.pdf>
- García-Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México DF: Grijalbo.
- García-Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. México DF: Grijalbo.
- Gibson, W. (2001, 1 de abril). Modern boys and mobile girls. Recuperado el 06/11/2014 de:
<http://www.guardian.co.uk/books/2001/apr/01/sciencefictionfantasyandhorror.features>
- Glissant, E.(1997). *Poétique de la relation*. París: Gallimard.
- Grassmuck, V. (1990). I'm alone, but not lonely. Japanese Otaku-Kids colonize the Realm of Information and Media. A Tale of Sex and Crime from a faraway Place. Recuperado el 06/11/2014 de: <http://www.cjas.org/~leng/otaku-e.htm>
- Iwabuchi, K.(2002). *Recentring Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*. Durham: Duke University Press.
- Jameson, F. (2008). Posmodernismo y sociedad de consumo. Foster, Hal (Ed.). *La Posmodernidad* (pp. 165-186). Barcelona: Kairós.
- Kinsella, S. (1998). Amateur Manga Subculture and the Otaku Panic. *Journal of Japanese Studies*, (24), 289 - 316.
- Mignolo, W. D. (2003). *Historias locales / diseños globales. Colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Madrid: Akal.

- Mumford, L.(2011). *El pentágono del poder. El mito de la máquina* <vol. 2>. Logroño: Pepitas de calabaza.
- Navas, M.; Rojas, A. J. y García, M. C.(2011). Concordancia entre actitudes y percepciones de aculturación de la población autóctona hacia los inmigrantes magrebíes: relación con las actitudes prejuiciosas. *Anales de Psicología*, 27(1), 186 - 194.
- Oller, M. y Barredo, D.(2012). *La Sociedad de los Ideantes: Repensando los conceptos de opinión y esfera pública y las teorías democráticas relacionadas con el fenómeno comunicativo ciudadano*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Poitras, G. (2001) *Anime Essentials: Every Thing a Fan Needs to Know*. Berkeley: Stone Bridge Press.
- Quesada, D. y García, J.(2008). *Generación Dragon Ball*. Palma de Mallorca: Tebeos Dolmen.
- Quijano, A. (2000). *Colonialidad del Poder y Clasificación Social*. Nueva York: Binghamton University.
- Romero, A. (2008). El estudio de Asia entre el Orientalismo y la diversidad cultural. *Revista de Relaciones Internacionales de la UNAM*, (100), 119 - 144.
- Sagasti, F. (1988). National Development Planning in Turbulent Times: New Approaches and Criteria for Institutional Design. *World Development*, 16(4), 431 - 48.
- Said, E.W. (1990). *Orientalismo*. Madrid: Libertarias/Prodhufti.
- Santiago, J.A. (2012). Generación Manga. Auge global del imaginario manga-anime y su repercusión en España. *Puertas a la Lectura*, (24), 10-27.
- Saulquin, S. (2010). *La muerte de la moda, el día después*. Buenos Aires: Paidós.
- Sibilia, Paula (2008). *La intimidación como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Spivak, G. C. (1998). ¿Puede hablar el sujeto subalterno? *Orbis Tertius*, 3(6), 1 - 44.
- Stout, K. L.(2001, 13 de julio). Otaku: Japan's gadget geeks dictate tech future. *CNN.com*. Recuperado el 12/11/2014 de: <http://edition.cnn.com/2001/BUSINESS/asia/07/12/tokyo.otaku/>
- Stuever, H. (2000, 14 de febrero). What Would Godzilla Say? *The Washington Post*. Recuperado el 28/10/2014 de: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/style/feed/a49427-2000feb14.htm>
- Tomos, Y.(2013). *The significance of anime as a novel animation form, referencing selected works by Hayao Miyazaki, Satoshi Kon and Mamoru Oshii* (Tesis Doctoral). Aberystwyth: Universidad de Aberystwyth.
- Urresti, M.(2008). *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Vaskes, I. (2008). La axiomática estética: esquizoanálisis y rizoma. *Praxis Filosófica*, (27), 245 - 267.

Perfil de los autores

Verónica Paulina Proaño Vallejo

Licenciada en Periodismo por la Universidad de las Américas (Ecuador), además de máster en Defensa Nacional de la Escuela de Defensa Nacional de Argentina. Sus análisis y estudios se centran en la concepción cultural de elementos de la Defensa y en parámetros culturales. Como otaku ha estudiado la lógica comunicacional y conceptual existente dentro de los *fandom*, principalmente del otakismo, así como el contexto social de los géneros y tramas de series icónicas. Su proyecto de tesis "Análisis sobre la construcción social de la cultura Otaku quiteña y sus estrategias de comunicación a partir de la influencia de la cultura japonesa en la ciudad de Quito y diseño de un medio de comunicación para esta agrupación social" representa el primer análisis sociocultural que vincula al otakismo desde su origen con la influencia que conlleva en Ecuador mediante los medios de comunicación. Ejerce como analista de temas políticos relacionados a la defensa nacional e internacional en el Ministerio de Defensa de Ecuador.

Daniel Barredo Ibáñez

PhD en Periodismo por la Universidad de Málaga (España), además de licenciado en Filología Hispánica, licenciado en Comunicación Audiovisual y máster en Comunicación por la Universidad de Granada (España). Es autor de más de una treintena de artículos científicos, además de ocho monografías y cinco libros de creación artística. Ha impartido más de cuarenta conferencias en lugares como la Universidad de Oxford (Reino Unido), la Université Sorbonne Paris IV (Francia), la Pontificia Javeriana (Bogotá, Colombia), o la Universidad de Navarra (España), entre otras. Su tesis doctoral fue el primer trabajo que analizó la comunicación de la monarquía española, fruto del cual publicó en 2013 “El Tabú Real. La imagen de una monarquía en crisis”, un libro considerado “importante en su ámbito” según el prólogo del Dr. John Balmer, director del Grupo de Investigación en Marketing de la Brunel University de Londres (Reino Unido). Entre 2013 y 2014, trabajó como investigador Prometeo para el Gobierno del Ecuador. En la actualidad, ejerce como Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador).

Notas

¹ El presente artículo es una adaptación del trabajo de titulación *Análisis sobre la construcción social de la cultura Otaku quiteña y sus estrategias de comunicación a partir de la influencia de la cultura japonesa en la ciudad de Quito y diseño de un medio de comunicación para esta agrupación social*, realizado por Verónica Paulina Proaño, tutorizado por Antonio Villarroel y defendido en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de las Américas en 2013.

² Dicho concepto alude a una de las subculturas más amplias a nivel mundial (Kinsella, 1998). Este movimiento social procede del término otaku, el cual ha sido definido como: “Lit. “tú” y “tu casa”. En occidente, nombre con el que se denomina a los aficionados al manga, anime y cultura pop japonesa” (Santiago, 2012, p.18).

³ No por casualidad *Goku*, personaje principal de *Dragon Ball*, posee unas características fisonómicas similares a las del *Mickey Mouse* de *Disney*, como explican Quesada y García (2008, p.12).

⁴ Algunas de las subculturas híbridas más frecuentes (no necesariamente del *otakismo*) son los *idols* (jóvenes que se vuelven como cantantes famosas), o los *cosplayers*, que explicaremos más detenidamente.

⁵ Técnicamente se podría decir que hacer *cosplay* conlleva utilizar maquillaje detallado y elaborados disfraces creados a base de un *anime*, *manga* o videojuego favorito (Poitras, 2001).

⁶ La aculturación, según Berry, es “el proceso mediante el cual los individuos cambian, siendo influidos por el contacto con otra cultura, y participando en los cambios aculturativos generales de su propia cultura” (cit. por Navas, Rojas y García, 2011, p.186).

⁷ Nos referimos en concreto a ese “particular estilo visual de animación que utiliza significantes únicos de las representaciones culturales japonesas, incluyendo sonidos y música”, en palabras de Tomos (2013, p.16).

⁸ Nos referimos en concreto a los dos significados posibles del término: “<...> “representación” en el sentido de “hablar por otro” (como se da a nivel socio-político) y de “re-presentación” (como se utiliza el término en arte y filosofía)” (Spivak, 1998, p.6).