

**De Tribus Urbanas y Cultura Juvenil Japonesa. Revisión Crítica De
La Producción De Las Ciencias Sociales**



Grado en Estudios de Asia Oriental

Facultad de Filosofía

TRABAJO FIN DE GRADO

Hecho por: Ángela Álvarez López

Tutora: Prof. Ángeles Castaño Madroñal

Resumen

La juventud japonesa ha ido experimentando una serie de preferencias a la hora de exponer sus puntos de vista de manera cultural. Es por ello que aparece el concepto de “tribu urbana” para denominar a dichas tendencias según algunos autores. Añadiendo el proceso de la construcción de la identidad y aspectos como la moda y la cuestión de género que presentan una cierta correlación. También la representación de la (in)felicidad, la vida diaria y los problemas a los que se enfrentan como una forma de expresión dentro de la sociedad juvenil. Al igual que la evolución que presenta Japón en cuanto al campo tecnológico y al sector del consumo, haciendo que empresas ideen innovadoras estrategias, atractivas para el público juvenil, y con ello la apertura al mundo para conseguir llevar la cultura a infinidad de lugares.

Palabras clave

Tribu urbana, cultura juvenil, Japón, identidad, moda, consumo

Abstract

Japanese youth has been experiencing a series of preferences when it comes to exposing their views in a cultural way. That is why the concept of “urban tribe” appears to name various trends according to some authors. Adding the process of the constructions of identity and aspects such as fashion and gender issue that have a certain interrelationship. Also the representation of happiness, daily life and problems they face as a form of expression within youth society. Like the evolution that Japan presents in terms of the technological field and the consumption sector, causing that companies devise innovative strategies, attractive to the young public, and therefore the opening to the world to be able to carry out the culture to infinity of places.

Keywords

Urban tribe, youth culture, Japan, identity, fashion, consumption

Índice

Presentación.....	5
Metodología de la investigación.....	6
Fases y Temporalidad Del Estudio	8
Capítulo 1. De Tribus Urbanas: la construcción de la organización social juvenil japonesa en las Ciencias Sociales.....	9
Capítulo 2. Las Ciencias Sociales enamoradas de la Moda Juvenil japonesa: el nuevo exotismo orientalizante a través de las tendencias posmodernas	14
2.1. La moda como modo de identificación de la cultura juvenil.....	16
2.2. Cuestión de género en la moda	31
Capítulo 3. El papel de la (in-) felicidad	37
3.1. Vida diaria de los jóvenes	40
3.2. Lugar de expresión y confort	45
3.3. Problemas y controversias. Representaciones mediáticas y conflictividad social.....	48
3.4. Psicología más profunda, motivos de su comportamiento. El tratamiento psicologista de los movimientos juveniles.....	54
Capítulo 4. Tribus consumistas	64
4.1. El neoliberalismo global necesita consumidores y mercado	64
4.2. Productos tribales y consumo global	67
Conclusiones (Valoración final).....	79
Bibliografía.....	83

Anexos.....	90
-------------	----

Presentación

El presente Trabajo de Fin de Grado trata la producción académica dedicada a las tendencias culturales de la juventud japonesa como manifestación de una cultura generacional global que a su vez tiene su plasmación contextual en Japón. Para ello se ha realizado una revisión bibliográfica sistemática y comentada sobre la producción de ciencias sociales y humanidades que trata de la temática. Se revisa el concepto de “tribus urbanas” que se ha construido sobre las formas de sociabilidad juvenil en Japón desde las últimas décadas del siglo XX.

Nos hemos centrado en este tema de estudio, con la intención de realizar una revisión sistemática y en profundidad debido al interés que nos ha suscitado la diversidad de tendencias que se manifiestan a nivel generacional juvenil en Japón, sea en el idioma, la ideología, las formas de organizarse, la tecnología, los símbolos compartidos o la moda, entre otros aspectos culturales. Por otro lado, realizar este tipo de investigación bibliográfica revisionista nos pareció interesante ya que se encuentra una significativa producción temporalmente generada en las últimas 3 décadas sobre las diversas tendencias sin que se haya realizado una sistematización contrastiva de estas publicaciones. Además, ha sido un desafío formativo de maduración intelectual y desarrollo de espíritu crítico abordar por primera vez en mi trayectoria de estudios superiores un ejercicio de esta naturaleza.

Entre los aspectos que nos suscitaron inquietud estaba la aparición de nuevos conceptos y su expansión o desuso en las tendencias académicas. Como ejemplo ilustrativo el concepto de “Tribu urbana”, que se empieza a utilizar a partir de finales de los 70, se fue quedando en desuso a partir de los años 90, siempre existiendo excepciones en algunos autores, pero muchos de ellos no consideran a la cultura juvenil como tal. Otro aspecto a considerar es la perspectiva o la mirada que ofrecen los autores según el tema que enfocan y los métodos de abordaje que explicitan, de modo que nos decantamos por dar prioridad a los que aportan datos basados en trabajo de campo e investigaciones que a los que aportan literatura que hemos considerado de reproducción académica. Una dificultad a señalar ha sido la escasa bibliografía relacionada con algunos aspectos o subtemas de este campo temático, más limitado en lengua española que en inglesa.

En este trabajo dedicamos un primer capítulo a la bibliografía centrada en las **tribus urbanas** para abordar la genealogía del concepto, la distinción de usos en esta producción y el tratamiento a la identidad. El segundo capítulo tratará sobre la cuestión de la moda como modo de identificación de la cultura juvenil, además de un apartado sobre el tratamiento dado a la cuestión de género. El tercer capítulo abordará el papel de la felicidad en los jóvenes, apuntando a las cuestiones que han sido relacionadas con esta emoción en la literatura académica, como la vida diaria, los lugares de expresión y confort que suelen frecuentar, los problemas, las controversias y las motivaciones que se han apuntado de los comportamientos generacionales. El último capítulo dedicado al papel del consumo y el marketing, explica el tratamiento de los antecedentes de Japón y su apertura al mundo, las nuevas tecnologías y las estrategias de empresas para atraer a la cultura juvenil. Como parte final del trabajo se incluirán una serie de conclusiones elaboradas tras el trabajo y el anexo con la revisión expansiva de la criba sistematizada en una base de datos Excel que hemos realizado para este trabajo.

Metodología de la investigación

Objeto de estudio

El objeto de estudio de este trabajo es la producción académica sobre las tribus urbanas japonesas como manifestación de una cultura juvenil global que también tiene su plasmación en Japón. Va a consistir en una revisión bibliográfica sistemática y comentada sobre la producción de conocimiento científico que se ha realizado en el tema de la cultura juvenil japonesa, y sobre el tratamiento bajo el concepto de “tribus urbanas” que se ha ido desarrollando sobre Japón desde las últimas décadas del siglo XX.

Objetivo general

El objetivo general que afrontamos es conocer el tratamiento que la producción de ciencias sociales y humanidades en las lenguas española e inglesa ha realizado sobre la

cultura juvenil japonesa, y el tratamiento y uso que desde el concepto “tribus urbanas” se ha dado al fenómeno emergente en las ciudades globales japonesas. Las perspectivas desarrolladas en el tratamiento del tema, y el abordaje teórico y sus formulaciones. Atenderemos a esta producción desde una revisión situada, entendiendo por tal, el acceso a los recursos disponibles desde la Universidad de Sevilla. En este sentido, nuestro objetivo general es aportar un revisionismo situado desde el acceso posible al conocimiento producido en una temática dada, mediante recursos y medios establecidos a nivel institucional y/o digitales de acceso libre en internet (open acces).

Objetivos específicos

Como objetivos específicos se establecen los siguientes:

-A través de bibliografía y documentación accesible, revisar las publicaciones científicas sobre el tema para su análisis reflexivo.

-Atender al manejo que se realiza del concepto de carácter juvenil, indagando en los rasgos que se atribuyen, los comportamientos, las razones por las que deciden formar grupos o no, cuestiones sociales y culturales, entre otros asuntos.

-Objetivación científica de la propia producción académica, como un ejercicio de aptitud crítica desde el rigor de la investigación sistemática y selectiva.

-Entender y/o abordar la producción académica como un lugar de enunciación situado, y por tanto, constructor de una forma de mirar e interpretar la sociedad japonesa.

Hipótesis

¿Qué representaciones sobre la juventud de Japón nos muestran las tendencias de paradigmas y conceptualizaciones dominantes en las producciones académicas? ¿Cuáles son los temas que cuentan con mayor cantidad de producción publicada? ¿Qué investigadores de distintos campos productivos, periodistas, sociólogos, politólogos, y

otros eruditos o especialistas reflejan sus estudios o investigaciones sobre el tema en fuentes inglesas y españolas? ¿Cuáles son las posiciones que toman en el asunto?

A partir de estas preguntas, entendemos que el conocimiento producido en este tema es una forma de mirar culturalmente establecida en una cultura académica concreta, y nos preguntamos acerca de la posibilidad de detectar la impronta de una cultura del trabajo académica en Europa y EEUU, que imprime un carácter particular a los enfoques y a la propia producción científica generada sobre las nuevas generaciones japonesas como un objeto de estudio generado fuera de Japón.

Fases y Temporalidad Del Estudio

Las ideas que estuve pensando para mi TFG tuvieron lugar durante el verano de 2018. Más tarde, en octubre de ese año, me puse en contacto con varios profesores para comentarles mi tema. A finales de mes ya tenía elegido tanto el tema como la tutora que dirigiría mi Trabajo de Fin de Grado. A partir de aquí me dispuse a realizar una investigación bibliográfica en Google Scholar, Fama y Mendeley sobre los temas relacionados con culturas juveniles en Japón necesarios para este trabajo. El rastreo extractivo de las publicaciones se dio por finalizado a finales de enero de 2019. A partir de febrero se procedió a la lectura de la producción encontrada de modo prospectivo. Posteriormente bajo la tutorización de la profesora se diseñó un proyecto de investigación bibliográfica para enfocar el modo de abordar el tema. Se consideró recomendable ampliar las temáticas relacionadas con el objeto de este estudio, y la diversificación de los fondos documentales mediante búsqueda bibliográfica en el portal de la Universidad de Sevilla Fama.us.es. Esta base de fondos se explotó con la atención del servicio técnico de la biblioteca de la Facultad de Filosofía. De este modo, se tuvo información sobre las revistas con acceso adquirido en papel o en portal digital por la US especializadas en Estudios Asiáticos. Me proporcionaron varios archivos Excel en los que se encontraban numerosas publicaciones que trataban el ámbito de los estudios de Asia. Pasé a la fase de realizar una búsqueda sistemática extractiva accesible desde estos fondos, estableciendo una serie de categorías/ítems estructurados en una gradación de menor a mayor complejidad enfocada en el objeto de investigación. Este paso me

ocupó tres semanas. Posteriormente se procedió a una fase de sistematización de la bibliografía mediante una organización temática y a partir de un criterio de selección para establecer los textos de referencia fundamental en este estudio. Para ello diseñamos una base de datos Excel organizada por fuente, localización y temática, para facilitar la selección de referencias centrales, y la lectura rigurosa de las fuentes tratadas. Culminamos este trabajo previo en mayo.

Tras la lectura rigurosa y crítica del material, procedimos a la extracción y análisis de los datos arrojados por los textos a través del uso de fichas de lectura diseñadas para el tratamiento de acuerdo a este estudio; y elaboramos el guión de contenidos y la estructura de este trabajo escrito para organizar la redacción. Todo ello bajo supervisión de la profesora.

Llegado el mes de junio, me dediqué a realizar la redacción de mi trabajo de fin de grado, que posteriormente ha sido revisado por la tutora, y de acuerdo a los criterios y procedimientos establecidos para este tipo de trabajos de fin de grado.

Temporización y Actividades de Investigación

	Diseño del proyecto	Investigación bibliográfica	Lectura de textos	Sistematización de datos	Elaboración de índice	Redacción	Revisión
Octubre							
Noviembre							
Diciembre							
Enero							
Febrero							
Marzo							
Abril							
Mayo							
Junio							
Julio							
Agosto							
Septiembre							

Capítulo 1. De Tribus Urbanas: la construcción de la organización social juvenil japonesa en las Ciencias Sociales

Dicho tema es tratado de forma escasa dentro de la literatura encontrada, no son muchas las reproducciones que hablan sobre la creación de tribus urbanas, subculturas o

comunidades, entre otros términos. Dentro de los textos que tratan sobre el tema en cuestión, gran parte de los autores denominan a los grupos juveniles con el nombre de “subculturas” (Bonnah, 2012; Torres, 2018; Groom, 2011; Hiroki, 2009; Dela Pena, 2006; Menkes, 2012; Tsutsui, 2008; Rivera, 2009; Kinsella, 1998; Hashimoto, 2007; Pellitteri, 2018; Ackermann, 2004; Riessland, 2013; Fortea, 2012; Young Kang, 2014; Younker, 2015; Hinton, 2014; Monden, 2008; Onohara, 2011; Taylor, 2005; Lamerichs, 2011), mientras otros autores emplean tanto “tribu urbana” como “subcultura” (Keliyan, 2011; Balderrama y Pérez, 2009; Morley y Robins, 1995; Martínez, 2009; Sullivan, 2005; Welin, 2013; García, 2012; Gómez y Melendo, 2010; Pérez, 2015; Nakao, 2016; Sato, 1982; López, 2017; Adamowicz, 2015; Hamilton, 2012). En menor medida aparecen textos con conceptos como “neotribu” (Gómez, 2012) o “comunidad” (Rose, 2018). Por lo que los autores sólo aplican los conceptos de forma acrítica, también hay que destacar que al comentar la posición de cada autor, se hará uso de los conceptos que sean utilizados en sus obras.

A través de nuestros hallazgos encontramos la cuestión de cómo la identidad es el constructor que basa la generación de la noción de tribu urbana como organización y estilo de vida generacional. Los autores guardan puntos en común relacionados con esto, ya que reflejan ideas propias, además de recurrir a otros autores.

Entrando en el debate que emerge a partir de las posiciones de los autores que tratan el tema, encontramos que Miyuki Hashimoto, realizando un estudio para la Universidad de Vienna, define el concepto de identidad, apoyándose en James E. Marcia (1993, cit. en Hashimoto, 2007: 92)¹ como una estructura activa que se va construyendo en base a habilidades, historia, impulsos e ideología. Siendo el sujeto el que define la identidad de un humano, es igual de importante para la persona a nivel personal como para la creación de una identidad. Desde el punto de vista de Karl Haußer (1995, cit. en Hashimoto, 2007: 92)² existen tres componentes primordiales para la identidad: autoconcepto (o autoconciencia), autoestima (o autoevaluación) y convicción de control (o control personal). Paradójicamente, Marsella, DeVos y Francis se apoyan en

¹ Marcia (1993). *Ego Identity*, Springer-Verlag, New York

² Haußer (1995). *Identitätspsychologie*, Springer-Verlag, 1-217 pp, Berlin

semiótica japonesa para establecer su teoría, explicando el concepto de persona u hombre con el carácter japonés (人), y además dan mucha importancia al hecho de que el individuo mantiene relaciones interpersonales constantemente, las cuales influyen en la forma de ser, los gustos, los deseos, etc. (Marsella, DeVos y Francis, 1985: 33). Yozet López en su estudio establece varias razones por las cuales un joven adolescente decide buscar una identidad. Lo primero que señala es la búsqueda de independencia, un alejamiento del núcleo familiar. También el aspecto del físico ya que la sociedad constantemente realiza juicios sobre ello y el joven desea mostrar un estilo diferente al de los demás. Otro aspecto que tiene en cuenta es la formación de un grupo en el que se pueda sentir cómodo, lo que sirve para poner en relación la creación de las tribus urbanas. Y con todo ello termina con la razón principal de una búsqueda de identidad por parte del individuo (López. 2017: 9). La autora de acuerdo con Giménez (2014, cit. en López, 2017: 19)³ habla sobre cómo la identidad es algo esencial para la cultura, ya que las identidades se crean en base a las diversas culturas y tribus a las que se pertenece o se participa, llegando a la conclusión que la cultura es todo lo que permite identificar a un grupo. También encuentra en la identidad dos aspectos, como son la autodefinición por parte de la persona y la identificación por parte del otro (López, 2017: 19-20). Además establece dos tipos: la identidad personal y la identidad grupal. Apoyada en Arancibia (2016, cit. en López, 2017: 22)⁴, la primera es la construida por la persona según sus satisfacciones y expectativas, y sus experiencias diarias; y la segunda es levantada a través del contacto con un grupo, en la que se establece una relación con las normas y los símbolos afines. Destaca la idea de que aunque el joven pertenezca a una tribu, puede no sentirse identificado completamente con ella (López, 2017: 22, 24). A su vez añade apoyándose en Silva (2002, cit. en López, 2017: 16)⁵, que la juventud es una invención creada por la sociedad debido a todo lo experimentado, originada en los intereses de la burguesía capitalista de mediados del siglo XIX (López, 2017: 16). Pone en relación a los medios de comunicación y las nuevas tecnologías

³ Giménez (2004). La cultura como identidad y la identidad como cultura, Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, 1-27 pp

⁴ Arancibia (2016). La “identidad”, como una construcción Cultural para la sociología, Sincretismos Sociológicos. Nuevos Imaginarios, 2, 1-16 pp

⁵ Silva (2002). Juventud y tribus urbanas: en busca de la identidad, Última década, 10, 17, 117-130 pp

como potentes focos de influencia para los jóvenes en la creación de su identidad, pero la autora los ve con cierto matiz negativo ya que elimina la participación, crea la dependencia de ellas y el hecho de que la juventud disfrute pasando más tiempo en su casa que en el exterior (López, 2017: 16). En esta línea, De la Pena señala cómo la globalización y los medios de comunicación han hecho que las tribus japonesas, o subculturas como las denomina él, sean conocidas en muchas partes del mundo, incluso en dichas zonas deciden adoptar un modelo japonés con las costumbres y características de cada una (Dela Pena, 2006: 27-28).

Las autoras Lucía Balderrama y Carmen Corina Pérez comentan la definición que da el antropólogo francés Maffesoli⁶ sobre las tribus urbanas (2000, citado en Balderrama y Pérez, 2009: 43). Para este autor las tribus urbanas son aquellos grupos que están dentro de una cultura dominante y presentan numerosos aspectos, los cuales pueden hacer que surjan conflictos, además se basan en disfrutar del presente. El mismo autor explica que las tribus suelen ser juveniles pero no por la edad, sino porque la cultura exalta la juventud. Esto tiene una sustancia importante desde nuestro punto de vista, porque singularmente Maffesoli extrae la cuestión de la edad como base nuclear del constructo social y pone el acento en los aspectos de sociabilidad y estilo de vida colectivo. Estas autoras también destacan los aportes de Costa et al⁷ (1996, cit. en Balderrama y Pérez 2009: 42-44), que indica que la tribu urbana no dura eternamente debido a la etapa de la juventud. Devolviendo con ello el tono al debate que centra la cuestión de la edad como delimitación transitoria del fenómeno de tribalización juvenil. Otro aspecto a destacar es que las autoras señalan que prefieren usar el término cultura juvenil en vez de tribu (Balderrama y Pérez, 2009: 46), a pesar de la evidencia que constatamos de situar el concepto en el título de su producción, y enfatizan el tema cultural en su análisis.

Una serie de autores aportan explicaciones contextuales de orden sociohistórico. Para William Tsutsui, tras la Segunda Guerra Mundial comenzaron a aparecer pequeñas tribus que presentaban comportamientos totalmente diferentes a los de la sociedad (Tsutsui, 2008: 12). Guillermo Torres Moreno piensa que debido a la resistencia ante la

⁶ Maffesoli (2000). El tiempo de las tribus: el ocaso del individualismo en las sociedades postmodernas, 1-194 pp, Siglo XXI Editores, México

⁷ Costa et al (1996). Tribus urbanas: el ansia de identidad juvenil, 1-246 pp, Paidós Ibérica, España

autoridad y el activismo político se levantaron revoluciones juveniles que trajeron cambios en la sociedad (Torres, 2018: 83). Si bien Klaudia Adamowicz aún incide más en el particularismo al plantear que a pesar de realizar sus estudios sobre subculturas en Tokio, no considera que sólo surjan aquí, poniendo en relación el localismo con la especificidad de la tribu. Para ello ilustra con ejemplos como **Visual kei**⁸, **Lolita** y **Decora** en Harajuku, **Gyaru** en Shibuya y **Otaku** en Akihabara. También añade la cuestión de que aunque cada uno desarrolle sus actividades y vida diaria en diferentes zonas, se relacionan y forman parte de eventos en los que se aprecia la diversidad y la unión (Adamowicz, 2015: 16-17). Theodore Bonnah parece disgustado con la trivialización basada en algunos referentes, realizando una dura crítica a Greenfeld (1994, cit. en Bonnah, 2012: 92)⁹ porque en su obra explica la formación de unos prototipos de la próxima generación japonesa que presentan una gran influencia americana. Además la obra ha sido muy utilizada en el ámbito académico y ha conseguido ser uno de los libros más vendidos en Japón. Argumenta cómo la diferenciación de subculturas, en un mundo globalizado y protagonizado por medios globales, crea un interés económico y político (Bonnah, 2012: 93). Otro aspecto que destaca es que Greenfeld realizó una visión agradable de Japón, para llamar la atención de los consumidores de tendencias, mientras que algunos autores que aparecen en los agradecimientos, mostraron los lados oscuros del país (Bonnah, 2012: 93-94). Pone en entredicho a Karl Taro Greenfeld por tomar a personas como estereotipo de cada tribu que describe en su obra, por lo que Bonnah cuestiona el rigor de su trabajo indicando que con un solo sujeto no se puede conocer realmente a una tribu (Bonnah, 2012: 97). Otro aspecto que destaca Bonnah es que Greenfeld no podría haber escrito sobre las tribus sin la ayuda de los escritos producidos antes por los académicos y periodistas extranjeros, lo que da a entender la escasez de estudios realizados sobre dichas tribus y el carácter subjetivo de las producciones utilizadas y la escasa o nula referenciación de estas fuentes (Bonnah, 2012: 98). Indica que dicha obra está dedicada a personas que se

⁸ Las palabras que designan grupos tribales van marcadas en negrita a lo largo del trabajo

⁹ Greenfeld (1994). *Speed Tribes: Days and Nights with Japan's Next Generation*, 1-286 pp, Harper Perennial, New York

sienten interesadas por la cultura japonesa, sin importarles tanto la objetividad de las fuentes ni de las investigaciones realizadas. Incluso traduce algunos conceptos o los relaciona según mejor le convenga, como una forma de atraer a los consumidores americanos (Bonnah, 2012: 99-100). La importancia del aporte de Bonnah radica en la relación que establece con valentía, entre la producción de tintes científicos y el consumismo. Es decir, la relación entre academia y mercado cuando el científico no valora el impacto sociopolítico de su propia producción, o cuando su objetivo es justamente ése sin importar otros efectos negativos.

Capítulo 2. Las Ciencias Sociales enamoradas de la Moda Juvenil japonesa: el nuevo exotismo orientalizante a través de las tendencias posmodernas

Una de las ideas fuerza que predomina en muchos de los autores tratados es la que ronda en torno a la expresión de las ideas, el ser uno mismo y no dejarse influenciar por los demás. Es por ello que se habla de la cuestión de la moda, siendo ésta un método que posee gran influencia en las personas, sobre todo en la sociedad más joven. A través de la expresión de la persona, empiezan a surgir los diferentes estilos y tendencias posmodernas, muchas siendo en gran parte influidas por Occidente o por antiguas corrientes.

Otra notable idea es el tema de la cuestión de género dentro de la moda, son numerosos los autores que presentan una opinión abierta sobre ello. Dentro de la materia nos encontramos con explicaciones sobre el hecho de que la ropa consiga ser un objeto que no tenga género, es decir, que no se categoricen las prendas según sean para hombre o para mujer. Otros cuestionan el hecho de la identidad y el género, el cómo puede ser todo una realidad o una ilusión creada por el sujeto. También encontramos el hallazgo del papel de la mujer, cómo progresivamente ha ido consiguiendo hacerse más notable dentro de la sociedad, reduciendo algo las diferencias que existen entre los géneros y la evolución de la mujer japonesa que cada vez se aleja más del prototipo tradicional.

Para Yozet López, el estilo de vestir es un punto a destacar dentro de los jóvenes, una manera de expresar los ideales y de destacar en la sociedad (López, 2017: 27). La autora Amelia Groom lanza una crítica hacia la opinión del prestigioso semiólogo francés Roland Barthes (2006: 8, cit. en Groom, 2006: 8)¹⁰, ya que dicho autor piensa que la moda es un sistema que comprende a la vestimenta y deja a un lado al individuo. Para ella, la moda es algo más, no es únicamente el llevar un vestido sobre un cuerpo. Según su punto de vista, las personas que pasean por Harajuku con sus conjuntos quieren expresar mensajes a la sociedad. Añadiendo cómo dichas personas han ido cambiando el concepto de moda en Japón, introduciendo aspectos de la cultura occidental y mestizándolos con los orientales. Incorpora la afirmación de Ted Polhemus (1994: 6, cit. en Groom, 2006, 193)¹¹ sobre la idea de que si no hubiesen existido estilos como el rockero y los chicos malos, muchos se habrían quedado sin tener nada que vestir en las condiciones materiales y las capacidades adquisitivas de las clases obreras durante la crisis norteamericana. Agrega que independientemente del lugar, la clase, la raza, la cultura o el estilo de vida, las diferentes modas van a seguir surgiendo, manteniéndose o combinándose. Piensa que el estilo de vestir cuenta con aspectos de identidad e imaginación de cada grupo, además de la satisfacción de los placeres (Groom, 2011: 192-193). Desde el punto de vista de la autora, en Harajuku predomina la idea de cómo se usa, en vez de el qué o de dónde proviene el artículo. Incluyendo la idea del DIY (hazlo tú mismo) y de poder incorporar significados personales (Groom, 2011: 194). Klaudia Adamowicz también destaca la idea DIY en personas que pasean por Harajuku, dando pie a nuevos creadores de marcas o promotores (Adamowicz, 2015: 13). La característica principal de Harajuku para Groom es la diversidad, que recae en que cada persona desee destacar por su individualidad. Añade la idea que expone Donald Richie (1999: 72, cit. en Groom, 2011: 195)¹², en la que argumenta cómo la sociedad japonesa permite el individualismo pero a su vez manteniendo el carácter de identidad grupal, además de que cada vez que surge una nueva moda está acompañada de pequeñas críticas. Siguiendo con la idea, se apoya en el prestigioso sociólogo francés Pierre

¹⁰ Roland Barthes (2006) *The Language of Fashion*, 1-183 pp, Bloomsbury, New York

¹¹ Polhemus (1994). *Street Style: From Sidewalk to Catwalk*, 1-144 pp, Thames and Hudson, London

¹² ÍDEM. Richie (1999). *Tokyo: A View of the City*, 1-142 pp, Reaktion Books, London

Bourdieu (1993: 135, cit. en Groom, 2011: 189)¹³, para destacar que el gusto y la distinción van de la mano, que detrás de los usos hay una intención ideológica de querer defender las propias ideas y de constante cambio. La autora realiza una semejanza entre los parisinos de 1968, que describe Bourdieu, que pensaban que la moda tenía que salir a la calle, y los jóvenes japoneses que caminan por Harajuku y demás ciudades. (Groom, 2011: 195-196). Amelia Groom de acuerdo con Kawamura¹⁴, expone como el estilo presente en las calles de Harajuku está libre de pensamientos políticos e ideológicos, sólo los rasgos que determinan la tribu a la que pertenecen (2006: 758, cit. en Groom, 2011: 197). Esta última afirmación entra en evidente contradicción con la intención ideológica que plantea Bourdieu. También incluye la misma idea de Kawamura, que publicó la periodista Amy Spindler¹⁵ en el diario New York Times (Groom, 2011: 197). Según su punto de vista, a pesar de que los jóvenes visten con libertad, gran parte de ellos que pasean por Harajuku tienen un sentimiento de agobio y presión debido a su apariencia (Groom, 2011: 202-203).

2.1. La moda como modo de identificación de la cultura juvenil

Nos encontramos con una producción específica que categoriza a través de los signos de la indumentaria las tendencias colectivas en el vestir. La descripción de las indumentarias elaboran un orden sociológico casi de naturaleza entomológica, donde toma más sentido la forma externa, que la naturaleza cultural y el contexto generacional de sus portadores. El capricho estético identifica al espécimen.

Una característica a tener en cuenta por las autoras Balderrama y Pérez sobre los **otaku** es la vestimenta, ya que gracias a ella podemos saber algo más de la persona. A parte del **cosplay**, normalmente algo que suele coincidir en gran parte en el grupo es el predominio de colores oscuros principalmente, ropa con mensajes, logos o dibujos, el

¹³ Bourdieu (1993). *Haute Couture and Haute Culture*, Sociology in Question, Sage, London

¹⁴ Kawamura (2006). Japanese Teens as Producers of Street Fashion, *Current Sociology*, 54, 5, 784-801 pp

¹⁵ Spindler (2007). Do You Otaku?, *New York Times*, February 24 2002

uso de maquillaje que llama la atención por presentar una base de color negro, además de vestir bastantes accesorios como pendientes, pulseras, colgantes, cinturones, bolsos, chapas, etc. No todos suelen seguir este estilo, muchos optan por otra estética, haciendo difícil poder identificarlos como **otaku**, pero no por ello dejar de pertenecer al grupo. (Balderrama y Pérez, 2009: 37-38). Según Keliyan (2011:103), pueden llevar un estilo casual y deportivo, presentando poco interés en la moda. Con la ayuda de encuestas, Joseph Dela Pena saca como conclusiones que algunos **otakus** suelen no estar a la moda por no tener tiempo debido a sus hobbies y que llevan una gran mochila para guardar sus adquisiciones, otros llevan el traje hecho a mano de su personaje favorito (Dela Pena, 2006: 12). El autor añade el hecho de que la tribu en sí no les gusta presentarse como tal por miedo al rechazo (Dela Pena, 2006: 1). Renato Rivera en uno de sus estudios, se basa en el autor Toshio Okada (2008, cit. en Rivera, 2014: 194-195)¹⁶ para explicar también el hecho de que a los mismos otakus les da pudor el decir abiertamente la subcultura de la que forman parte, añadiendo que Okada realiza una visión con carácter despectivo hacia el grupo. (Rivera, 2014: 194-195) Los que deciden hacer **cosplay** y caracterizarse como si fuesen *idols* a través de su forma de vestir, de actuar y apariencia, pretenden mostrar algo diferente, llegando a convertirse en una tribu urbana más de Japón desde el punto de vista de Pérez (Pérez, 2015: 12). Contando con la ayuda de pelucas, tintes o extensiones y lentillas de colores, este aspecto supone un punto muy importante a la hora de valorar un cosplay (Balderrama y Pérez, 2009: 39). Groom añade el uso de uniformes por presentar un carácter de distinción y de juventud (Groom, 2011: 201).

Algunos autores saltan de la apariencia a la psique en un salto sin red. Para Pérez la finalidad es introducir nuevas identidades individuales, lo que implica el meterse dentro de un personaje y desarrollarlo tal y como es. No sólo tienen la intención de romper con las pautas establecidas, sino que además se implican con esa nueva identidad alternativa adquirida por un periodo de tiempo corto (Pérez, 2015: 12). Taylor añade que el personaje escogido por la persona tiene un motivo oculto, el cual a través de él desea comunicar a los espectadores (Taylor, 2005: 4). Y también es una forma de superarse a uno mismo y descubrir nuevas habilidades, ya que muchos deciden realizar sus trajes de

¹⁶ Okada (2008: 23). *You Otaku Are Already Dead*, Shinchosha, Tokyo

forma autodidacta, elaborando el vestuario como si fuese una actividad manual (Taylor, 2005: 23). Añade que al igual que las personas son juzgadas por su ropa en el día a día, los **cosplayers** también reciben críticas por cómo han realizado su trabajo de caracterización (Taylor, 2005: 3).

Otros autores saltan del cuerpo a la performance y de ésta a la imitación del oriental en un doble salto mortal. Así Taylor entra en el factor fenotipo, pues señala que se toma en cuenta el tema de las proporciones del cuerpo y la etnicidad, lo que condiciona que sea un buen o mal cosplay en algunos eventos, pues las animaciones siguen un canon de persona joven delgada, con un peinado y maquillaje pulcro, o de un chico alto y de cuerpo musculado (Taylor, 2005: 33). Lamerichs también trata el tema del cuerpo añadiendo ideas extraídas de la prestigiosa Judith Butler, como la relación que establece un **cosplayer** con su propio cuerpo, o la construcción del género mediante la repetición. (1993: 2, cit. en Lamerichs, 2011: 10)¹⁷. Añadiendo la cuestión de que alcanzar la misma imagen que los personajes es algo imposible ya que las proporciones no son normales (Lamerichs, 2011: 10-11). Pero la mayoría de jóvenes no toman esto como un impedimento como explica Taylor, rompiendo barreras y transmitiendo el mensaje de que cada uno puede llegar a ser quien quiera ser (Taylor, 2005: 37). Para Nicolle Lamerich, la persona que realiza un cosplay y está inspirada en los personajes ficticios de las series, películas o videojuegos, tiene en cuenta cuatro elementos como son: una narrativa, un conjunto de vestimenta, un espectáculo a la hora de mostrárselo a los espectadores y un sujeto o jugador. Todos estos elementos los tiene en cuenta la autora a la hora de analizar a la subcultura (Lamerich, 2011: 2). Se apoya en Gunnels (2009, cit. en Lamerichs, 2011: 11)¹⁸ describiendo la importancia del cuerpo, del vestuario y del comportamiento para quien va a realizar un espectáculo cosplayer, ya que las primeras impresiones en el escenario son lo más importante (Lamerichs, 2011: 11). El hacer cosplay según relata la autora, comienza en los años 80 cuando el diseñador de juegos Takahashi Nobuyuki introduce la palabra, concretamente fue influido por Occidente ya que vio a fans americanos vistiéndose como los personajes de películas y series. Y

¹⁷ Butler (1993). *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of "Sex"*, 1-288 pp, Routledge, New York

¹⁸ Gunnels (2009). 'A Jedi like my father before me': Social Identity and the New York Comic Con, *Transformative Works and Cultures*, 3, Yorktown Heights, New York

actualmente ocurre lo contrario, los Occidentales toman como referencia a las producciones japonesas para realizar sus vestuarios (Lamerichs, 2011: 2-3). La práctica en sí del **cosplay** se inicia en el Comic Market de Japón como nos cuentan Balderrama y Pérez (Balderrama y Pérez, 2009: 38) La autora Cecilia Isabel Sanz explica cómo el **visual kei** ha ayudado a enriquecer dicha práctica, por lo que guardan una pequeña relación entre sí (Sanz, 2016: 37). La cuestión de la tendencia a la imitación y la falta de originalidad creativa del “oriental” es una de las constantes clave en la colonialidad del poder/saber de la ideología orientalista en la producción de conocimiento en Occidente, que suscitó la crítica pionera al Orientalismo de Edward Said (Said, 1990)¹⁹ y ha evolucionado hasta las propuestas de descolonización del conocimiento que plantea Boaventura de Sousa Santos (2019). El ejemplo del comic y de la animación norteamericana como recurso imitado de productos occidentales en la modernidad japonesa es ilustrativo para explicar nuestras posiciones críticas a los planteamientos de estos autores sobre la imitación de la moda. La originalidad creativa del manga y el anime ha sido contestada por autores que establecen el continuum cultural del manga entre el Chōjugiga atribuido a Toba no Sōjō en el siglo XII y el ukiyo-e (浮世絵) desarrollado en el período Edo, revolucionado en el siglo XIX por Katsushika Hokusai en un libro titulado Hokusai Manga (Cholodenko, 2007, cit. en Horno, 2012; Hui Gan, 2009, cit. en Horno, 2012) mientras el anime ha sido generado en Tokyo en el siglo XIX según demuestra hallazgos de arqueología cinematográfica recientes (Horno, 2012) y se encuentra en evolución endógena merced de las nuevas tecnologías de la comunicación en las que son pioneros los japoneses (Horno, 2013).

Uno de los focos de inspiración, según García, para que aparezca un nuevo grupo es gracias a la influencia de cantantes de la época, entre ellas destacan Namie Amuro, Kumi Koda, Ayumi Hamasaki, que en los años 90 marcaban tendencia y una nueva moda que triunfaría en los próximos años, que recibe el nombre de **gyaru** o **gal**. (García, 2012: 9). Según la descripción de Keliyan, el camino de la tribu o subcultura, comenzó por los años 70 con una marca de pantalones vaqueros (Keliyan, 2011: 98). La autora Atsumi Nakao añade la gran influencia que tuvo Shinohara Tomoe en los jóvenes de la época (Nakao, 2016: 15). Lo que caracteriza a las cantantes es la imagen de pelo teñido

¹⁹ Said (1990). Orientalismo, Debolsillo, España

de rubio, botas de tacón alto y la piel muy bronceada (García, 2012: 9). Laura Miller también realiza una descripción sobre las **gyaru** de forma parecida a la de García, y añade un comentario sobre la ignorancia de un periodista de una revista occidental, ya que criticó a las **gyaru** de ser una copia de cantantes famosas de la época de los 90. En lo que sí está influenciada la tribu es en la labor de asimilación de elementos que realizan los jóvenes, en una especie de collage indumentario a base de elementos recolectados procedentes de cultura extranjera; como explica la autora, cogen rasgos de alguna cultura y lo introducen en su vestimenta o accesorios desprovistos del significado original (Miller, 2004: 83-85). Nakao añade en base a Kinsella (2013: 60-61, citado en Nakao, 2016:14)²⁰, que gran parte de las miembros llevaban en sus comienzos ropas apretadas para enfatizar sus cuerpos y atractivo. La autora Laura Miller expone una pequeña crítica realizada por Hayami²¹, concretamente no le gusta en absoluto el estilo empalagoso y llamativo que presentan las **gyaru** (Hayami, 2000:54, cit. en Miller, 2004: 91). Otra idea que expone Amelia Groom en su obra es el uso del uniforme dentro de la tribu como una forma de distinción, incluso el llevar faldas cortas y mangas remangadas como una forma de llamar la atención (Groom, 2011: 201-202). Dentro de la tribu o subcultura podemos encontrar una tipología de lo más variada según explica García en su obra (García, 2012: 9), Keliyan considera que establecer diferencias dentro de la tribu o subcultura es algo más complicado pero realiza también una pequeña subdivisión, y afirma que es indudable que todos los miembros tienen el deseo de impresionar a la gente y de estar actualizados en las últimas tendencias relativas a la moda (Keliyan, 2011: 98; 100-101). La tipología de García (2012) queda organizada así:

-*Kogal*²²: “Sería el tipo básico de gal. El look básico de una *kogal* consiste en tintarse el pelo dorado, ir muy bronceadas y pintarse los ojos de blanco. También suelen usar pestañas postizas, botas altas, minifaldas, etc. Los grupos de *kogal* suelen quedar en Shibuya para charlar, tomar café y hablar de sus últimos arreglos en el pelo, ir a centros de purikura (máquinas de fotomatón que generan pegatinas para el móvil), ir a conciertos

²⁰ Kinsella (2013). *Schoolgirls. Money and Rebellion in Japan*, 1-238 pp, Routledge, New York

²¹ Hayami (2000). *Yamamba gyaru ga dekiru made* ('The making of yamamba girls'), *Queer Japan*, 3, N. Fushimi, Tokyo

²² Las palabras referidas a modas van marcadas en cursiva a lo largo del trabajo

minoritarios, etc. Son muy consumistas y uno de los indicadores de estatus más importantes en los grupos de amigas es el tipo de bolso que llevas.”

-*Ganguro*: “Se parecen mucho a las *kogal* pero son algo diferentes en los gustos. Las *ganguro* son una tribu minoritaria, con un look inspirado en las chicas morenitas de California. Suelen escuchar música R&B y pop americano, en general les gusta la cultura estadounidense. Esta tribu minoritaria se concentra básicamente en Shibuya y Harajuku.”

-*Mamba* o *Yamamba*: “Las *yamambas* son una subcategoría dentro de las *ganguro*. Son las más radicales, llevando la moda hasta el límite, pintándose la cara de negro, los labios de colores chillones y tintándose el pelo de blanco o de colores muy llamativos. Se visten con ropa de plástico y látex. La versión hombre de las *yamambas* es conocido como *center-Gai*.”

(García, 2012: 9)

Relacionado con el tema de lo lindo, lo dulce, o también llamado *kawaii*, aparece la tribu **decora**, de la que Yanez hace una genealogía. Sería una de las tendencias colectivas más nuevas en todo Japón, concretamente es una moda que surgió a mitad de los años 90 y tuvo su boom en 2003, por lo que el número de personas que seguían el estilo ha ido creciendo hasta convertirse en lo que es hoy en día. (Yanez, 2015). Una de las fuentes de inspiración, como ocurre con la tribu **gyaru**, es gracias a la cantante *idol* Tomoe Shinohara, quien usaba diversos accesorios en sus presentaciones y ropas llamativas (Yanez, 2015). También es debido a una corriente popularizada por los años 90 en la que la cultura del DIY (hágalo usted mismo) se volvió famosa como explica Rose (Rose, 2018: 1). Suelen llevar, según Yanez, un maquillaje sencillo de tonos pasteles, numerosos accesorios coloridos como lazos, pinzas y horquillas en el pelo, dos coletas con rizos como peinado, pelo teñido de rubio o rosa y pegatinas debajo de los ojos para mostrar una imagen de dulzura, inocencia y niñez. En cuanto al vestuario, lo marcan estampados de personajes de dibujos animados, peluches a modo de bolso, gorros con formas de animales, faldas con vuelo y tutús, medias de colores, etc (Yanez, 2015). Rose añade que deben de ser ropas con colores brillantes, además de teñirse el pelo de forma llamativa (Rose, 2018: 1). Noriko Onohara puntualiza el hecho de llevar muchos objetos con personajes animados y frases de éstos (Onohara, 2011: 35-36).

Valoran mucho que los accesorios sean hechos a mano y que hagan ruidos al andar (Yanez, 2015).

La comunidad **lolita** descrita por Rose presenta un estilo caracterizado por faldas de campana, finas blusas, zapatos de punta redonda y tocado (Rose, 2018: 1). Klaudia Adamowicz describe el estilo que presentan las lolitas con rasgos europeos como victorianos y rococó, gótico y punk, además de rasgos japoneses como la lindura y dulzura (Adamowicz, 2015: 10). Según Sergio Pérez, concretamente reciben la inspiración, tanto en vestuario como en peinados, gracias al periodo Barroco, especialmente del Rococó. Y también reciben influencias de las muñecas de porcelana de la época victoriana, ya que pretenden ocultar la imagen madura y mostrar una infantil, inocente y educada. O incluso de cuentos infantiles o de la literatura, como puede ser Alicia en el País de la Maravillas. Por lo general, una chica lolita presentará rasgos básicos como un vestido con volantes, un sombrero y lazos, zapatos planos, un bolso femenino y un paraguas pequeño. Son una de las tribus urbanas más famosas de Japón, apareciendo en los años 70 con un mensaje concienciador y luchador femenino, ya que se quería cambiar el papel que ha estado desempeñando la mujer japonesa desde hace mucho tiempo de atender a su esposo en todo momento, de estar al tanto también de las tareas del hogar y de los niños. Para mostrar este fuerte sentimiento usarán la vestimenta como medio de identificación (Pérez, 2015: 18-19). De nuevo el retorno de la degradación imitadora, en los contrastaciones anacrónicas de escasa validez científica, que proceden más de la base cultural y formativa del propio autor que de las indagaciones sociológicas o antropológicas basadas en metodologías con cierto rigor. Younker las describe con una imagen de fantasía y niñez para parecerse a un muñeco, y añade que no se les debe de confundir con la novela de Vladimir Nabokov (Younker, 2015: 97). Monsen al igual que Younker explica como la lolita representada en Occidente poco tiene que ver con la de Japón (Monden, 2008: 27). Como ilustra Laura Miller en uno de los capítulos de su obra, las **lolitas**, concretamente las de estilo gótico combinan la vestimenta de una chica victoriana con un carácter gótico y oscuro, ceñidos corpiños, faldas abombadas, encaje, artículos de sombrerería, blusas con volantes, tejidos de seda, etc. (Miller, 2004: 90). Cecilia Isabel Sanz también habla sobre las características de las **lolitas** y en concreto de las *gothic Lolita* debido a que son influidas por la subcultura **visual kei** (Sanz, 2016: 27). Young Kang describe el estilo

puntualizando el rasgo europeo (Young Kang, 2014: 2). Adamowicz también pone a ambas subculturas en relación por sus participaciones en eventos de moda y colaboraciones en las bandas **visual kei** (Adamowicz, 2015: 9-10). Groom añade que el ser lolita es un trabajo duro, teniendo como finalidad conseguir una identidad femenina (Groom, 2011: 200). Al igual que otras tribus, podemos encontrar a diversos subgrupos, según el autor Sergio Pérez, donde cada uno muestra sus rasgos particulares, la mayoría de ellos basados en diversos productos culturales, personajes de anime, videojuegos, etc. (Pérez, 2015: 19-21). Terasa Younker también realiza una distinción en pequeños grupos (Younker, 2015: 97). Y del mismo modo Masafumi Moden en su estudio sobre lolitas (Monden, 2008: 25). La autora Young Kang (2014) explica una división similar que recogemos aquí:

-*Classic lolita*: “[...] **Lolita** styles are typified by frilled or lacy blouses, knee-length voluminous skirts, petticoats, drawers, doll-like shoes and accessories which show strong inspirations from European classic fashion, though sometimes with inexact or mixed use of references.”²³

-*Gothic lolita*: “This style uses the same symbols as its mother culture, Goth, principally bats, coffins, skulls, crosses and blackness and expresses the gloomy, elegant and cute image combined.”²⁴

-*Sweet Lolita/Amaloli*: “Ama (sweet) Lolita or Amaloli can be included in this category as pastel colours generally make up the look of this style.”²⁵

-*Wa Lolita y Qi Lolita*: “*Wa Lolita* refers to a style which incorporates traditional Japanese fashion or adopts some elements of it. It typically consists of short length kimono-shaped tops, voluminous skirts and obi style belts. *Qi Lolita* is a Chinese style

²³ Los estilos Lolita se caracterizan por blusas con volantes o de encaje, faldas voluminosas hasta la rodilla, enaguas, culotes, zapatos con forma de muñeca y accesorios que muestran fuertes inspiraciones de la moda clásica europea, aunque a veces con referencias inexactas o mixtas. (Traducción propia)

²⁴ Este estilo usa los mismos símbolos que su cultura madre, el gótico, principalmente, murciélagos, ataúdes, calaveras, cruces y oscuridad, y expresa la imagen sombría, elegante y linda combinada. (Traducción propia)

²⁵ Ama (dulce) Lolita o Amaloli se pueden incluir en esta categoría ya que los colores pastel generalmente conforman el aspecto de este estilo. (Traducción propia)

which incorporates Chinese national dress, qipao, consisting of mandarin collars, knot-style buttons and brocade prints. Unlike the qipao, its silhouette is generally a slim bodice with a slightly larger skirt to accommodate a petticoat. Sometimes puffed sleeves are used for emphasis.”²⁶

*-Hime lolita: “Hime Lolita fashion commonly contains Ama Lolita style themes with Rococo elements and small crowns or tiaras frequently worn atop grandiose hair. Although Rococo elements are generally present within the Lolita style, this article considers Rococo as a mother culture, due to its more prominent Rococo components such as a la Francaise dress and fontage hair styles.”*²⁷

(Young Kang, 2014: 6-8)

El **visual kei** según Amelia Groom es un grupo que da gran importancia a la música, presentando un estilo en el que destaca lo visual y las impresiones. Combinan tradición con modernidad en sus vestidos japoneses con rasgos cyber-punk gótico (Groom, 2011: 200). Cecilia Isabel Sanz explica la tendencia de este colectivo bajo el concepto de subcultura, poniendo el acento en el nexo musical, no considerándolo como una moda, fundamentando también que esta subcultura asentó sus bases en 1996 (Sanz, 2016: 4-5; 24 y 37). Yozet López comparte la definición de esta autora para explicar el concepto de **visual kei** (López, 2017: 10). Hashimoto también dice que la subcultura comenzó en los años 90 con la música rock (Hashimoto, 2007: 87). Para Agustín Gómez y Ana Melendo es un movimiento social caracterizado por expresar un fuerte sentimiento rockero japonés, que comenzó sus inicios desde la década de los setenta, pero no tuvo

²⁶ Wa Lolita se refiere a un estilo que incorpora la moda tradicional japonesa o adopta algunos elementos de la misma. Por lo general, se compone de tops cortos en forma de kimono, faldas voluminosas y cinturones de estilo obi. Qi Lolita es un estilo chino que incorpora el vestido nacional chino, qipao, que consiste en collares de mandarines, botones de estilo nudo y estampados de brocado. A diferencia del qipao, su silueta es generalmente un corpiño delgado con una falda ligeramente más grande para acomodar una enagua. A veces se usan mangas hinchadas para enfatizar. (Traducción propia)

²⁷ La moda Hime Lolita comúnmente contiene temas de estilo Ama Lolita con elementos rococó y pequeñas coronas o tiaras que se usan con frecuencia sobre el cabello pomposo. Aunque los elementos rococó están generalmente presentes dentro del estilo Lolita, este artículo considera al rococó como una cultura madre, debido a sus componentes rococó más prominentes, como un vestido de la Francaise y estilos de peinado. (Traducción propia)

su crecimiento y difusión hasta los años 80 y 90. Según estos autores, existen dos teorías: una, parte de que todo esto empezó gracias al grupo japonés X JAPAN; mientras que para otros este grupo sólo sirvió de elemento impulsor del género y de la corriente. Lo que aseguran es que el estilo musical en sí llegó en la época en la que la sociedad occidental había superado la crisis y la reconstrucción de la Segunda Guerra Mundial, por lo que la industria aprovechó para lanzar nuevos productos. Además explican cómo la música rock empieza a llegar a Japón disfrazada como objeto cultural estadounidense para que se convirtiese en un símbolo de modernidad en el país. Tras ello aumentó su influencia y los japoneses decidieron darle unos toques característicos, y con todo esto surgieron numerosos grupos de rock. Uno de los lemas que pretendían expresar era *Psychedelic violence/Crime of visual shock* (Violencia psicodélica/Delito de conmoción visual) (Gómez y Melendo, 2010: 174). Desde el punto de vista de estos autores, lo que destaca de dicha tribu es su aspecto, concretamente suelen llevar trajes muy recargados en sus conciertos para impresionar lo máximo posible a los espectadores, muy influidos por el estilo glam rock occidental. También suelen optar por vestirse acorde a personajes de videojuegos de rol japoneses. Añaden que a partir de los años 90, el movimiento sufrió una pequeña crisis debido al descenso del glam rock. Por ello se optó por dedicar más esfuerzo a la música que a lo visual, y esto provocó que cada banda se inclinara por un modo único y personal que los ayudará a ser fácilmente reconocidos. En los 2000, la creación de grupos musicales fue creciendo rápidamente, al igual que los estilos, por lo que surgió un nuevo concepto llamado “*Neo Visual Wave*” o “*Neo Visualizm*” que optan por una nueva estética olvidándose de todo lo anterior (Gómez y Melendo, 2010: 175-177). Para ambos autores es muy importante el papel que juegan el audiovisual y la gráfica para la tribu, sobre todo los que se dedican al mundo de la música, por ello en su obra hablan sobre cómo el maquillaje ayuda a dar efectos de luz y textura, el uso de adornos en el cabello u ojos, el peinado con forma definida y de colores, el vestuario lleno de tachuelas o estampados según el artista, además del atrezzo que aparecen en los vídeos musicales y las portadas de los álbumes (Gómez y Melendo, 2010: 180-196). Fortea comparte la opinión del uso de la imagen como signo distintivo de la tribu (Fortea, 2012: 82). Sanz también explica la estética que presentan los integrantes de las bandas y de sus fans, y la llegada de nuevas modas provenientes de occidente (Sanz, 2016: 6, 9, 22). La autora expone cómo algunos integrantes pasaron a un estilo más alegre y colorido de Harajuku a partir del siglo XXI,

mientras que otros mantienen la estética de los comienzos (Sanz, 2016: 32, 34). Para Yozet López, el estilo **visual kei** está caracterizado por peinados psicodélicos, un maquillaje elaborado, un vestuario fabricado con telas y texturas poco habituales, además de accesorios y zapatos de tacón (López, 2017: 14-15). Según Miyuki Hashimoto, el estilo que presentan es una mezcla gótica, punk y glam rock, además establece una relación entre **visual kei** y **otaku** porque ambos quieren emular a sus modelos a seguir (Hashimoto, 2007: 87). Adamowicz también habla sobre los **visual kei** como una subcultura que se manifiesta a través de los juegos visuales de la imagen y el género, además de mezclar tradición y modernidad en sus conjuntos (Adamowicz, 2015: 10-11). Al igual que otros autores, Daniel Fortea habla sobre la existencia de subgrupos tanto musicales como estéticos, aunque no están tan reconocidos. (Fortea, 2012: 83) Gómez y Melendo (2010) realizan una división según la estética, concretamente ideadas por parte de occidente para entender mejor cada subestilo. Aportan que muchas de las bandas han experimentado diferentes estilos a lo largo de su trayectoria o continúan haciéndolo debido a que en cada canción quieren mostrar una imagen diferente. Los estilos son los siguientes:

-*Angura kei*: “[...] más tradicionales.”

-*Kote-kote kei*: “[...] más andróginas y oscuras.”

-*Oshare kei*: “[...] más aniñadas y dulces.”

(Gómez y Melendo, 2010: 177)

De esta forma, primero el rock y luego otras variantes musicales posmodernas vuelve a fundamentar la imitación, cuando el rock como género global, del mismo modo que el rap en la actualidad, la particularidad que presentan a nivel contextual en distintos lugares del mundo, han hecho del fenómeno musical global un elemento vehiculizador de lo específico también. Sin embargo, esta especificidad de lo japonés no es revelada en las publicaciones más allá de un tratamiento superficial. La ausencia de rigor científico no puede superar la epidermis de las evidencias estéticas que cualquier observador poco experimentado podría desvelar por sus propios medios.

Apenas algunas producciones tratan de ahondar más allá de lo obvio, aunque la falta de articulación entre las identidades individuales, las colectivas y lo macro-contextual impide llegar a articular una complejidad semiótica en una semiosfera específica (Lotman, 1996) que podemos sospechar, pero nunca alcanzar a través de los textos. Según Pellitteri, lo *kawaii* no es un concepto, basado en investigaciones realizadas por académicos y expertos japoneses a partir de los años 90 en las que se pusieron en cuestión el uso del concepto dentro del idioma juvenil. Algunos de los investigadores como Kazuma Yamane (1993, cit. en Pellitteri, 2018: 5)²⁸, Sôichi Masubuchi (1994, cit. en Pellitteri, 2018: 5)²⁹, Eiji Ôtsuka (1997, cit. en Pellitteri, 2018: 5)³⁰, Reiko Koga (2006, cit. en Pellitteri, 2018: 5)³¹, Inuhiko Yomota (2006, cit. en Pellitteri, 2018: 5)³², Takamasa Sakurai (2009, cit. en Pellitteri, 2018: 5)³³, Shinji Miyadai (2010, cit. en Pellitteri, 2018: 5)³⁴, entre otros, presentaban la misma posición, pero lo que sí llegaron a un punto común es que el término ha llegado a ser un elemento importante dentro de la cultura japonesa en los siglos XX y XXI (Pellitteri, 2018: 5). En muchos estudios realizados sobre la moda *kawaii* se toman como asuntos principales la estética presentada y se da poca importancia al mero hecho de saber el porqué deciden expresarse de esta forma. Esto es algo que critica Rose en su artículo sobre esta moda, en la que realiza análisis y entrevistas sobre el significado de la moda linda para los que lo llevan. Muchos de los testimonios expuestos por Rose explican que uno de los motivos por el cual deciden experimentar dicho estilo es debido a los objetos *kawaii*. La

²⁸ Yamane (1993). *Hentai Shôjo Moji no Kenkyû* ('A Study on the Anormal Forms of Writing among Girls'), Kôdansha, Tokyo

²⁹ Masubuchi (1994). *Kawaii Shôkôgun* ('The Kawaii Syndrome'), 1-222 pp, Nihon Hosô Shuppan Kyôkai, Tokyo

³⁰ Ôtsuka (1997). *Shôjo Minzokugaku* ('An Ethnology of Girls'), Kôbunsha, Tokyo

³¹ Koga (2006). *Kawaii no Teikoku* ('The Kawaii Empire'), Seidosha, Tokyo

³² Yomota (2006). 'Kawaii' ron ('Discourse on "Kawaii)'), Chikuma Shôbo, Tokyo

³³ Sakurai (2009). *Sekai Kawaii Kakumei: Naze Kanojotachi Wa 'Nihonjin ni Naritai' to Sakebu Noka* ('Kawaii World Revolution: Why Girls "Want to Become Japanese)'), PHP Kenkyûjo, Tokyo

³⁴ Miyadai (2010). *Kawaii no honsitsu* ('The essence of kawaii'), *Nihonteki Sôzôryôku no Mirai: Cool Japanology no Kanôsei* ('The Future of Japan's Cultural Power: The Chances of a "Cool Japanology)'), NHK Books, Tokyo

autora, recalca la teoría de Yano (2013, cit. en Rose, 2018: 1)³⁵, que dice que existe cierta relación entre dichos objetos con la relación que existe entre madre e hijo. Pero su estudio va más allá, examinando otros posibles sentimientos relacionados con la alegría, el amor y la ilusión (Rose, 2018: 1). Y para complementar la información obtenida de entrevistas, se apoya en la obra de Donald Winnicott (2005, cit. en Rose, 2018: 2)³⁶, éste explica cómo el uso de lo *kawaii* posee más valor que el objeto en sí. El objeto crea en la persona una ilusión, un sentimiento de inspiración, incluso la idea de que al llevar dicho objeto están dentro de otro mundo. Winnicott (2005, cit. en Rose, 2018: 2)³⁷ añade que existe un desequilibrio entre “yo” y “no-yo”, estableciendo una posible relación entre la infancia y el mundo adulto (Rose, 2018: 2). Pellitteri también trata dicho asunto en su estudio, basándose en las explicaciones de Hiroshi Nittono (2016, cit. en Pellitteri, 2018: 2)³⁸, expone según sus investigaciones sociológicas y experimentales que el término *kawaii* contiene mucho más significado de lo que parece. Apoyándose en la obra de Shûzô Kuki (1930, cit. en Pellitteri, 2018: 4)³⁹, explica cómo el concepto ha evolucionado de la palabra japonesa *iki* (いき) que significa “gracia” en el sentido de elegancia, y que se usaba en el periodo Edo, además de presentar similitudes en el uso. Ambos contienen el deseo de destacar y de ser diferentes (Pellitteri, 2018: 2, 4). Además hace referencia al académico italiano Cristiano Martorella (2002, cit. en Pellitteri, 2018: 7)⁴⁰ por su estudio sobre el poder que tiene el personaje *Hello Kitty* en las personas, concretamente la gatita al no tener expresión en la boca, el espectador puede ver al dibujo acorde a como se siente él hoy. Por lo que deduce que uno de los motivos por lo que este personaje ha alcanzado tal fama haya sido por esto (Pellitteri,

³⁵ Yano (2013). *Pink Globalisation: Hello Kitty's trek across the Pacific*, 1-336 pp, Duke University Press, Carolina

³⁶ Winnicott (2005). *Playing and Reality*, 1-214 pp, Routledge, London

³⁷ Idem

³⁸ Nittono (2016). The two-layer model of 'Kawaii': A behavioral science framework for understanding *kawaii* and cuteness, 79-95 pp, *East Asian Journal of Popular Culture* 2

³⁹ Kuki (1930). *Iki no kozo* ('The structure of *iki*'), 1-168 pp, Tokyo

⁴⁰ Martorella (2002: 172-173). Per una geometria di libertà e allegria ('For a geometry of freedom and happiness'). In *Anatomia di Pokémon. Cultura di Massa ed Estetica Dell'effimero fra Pedagogia e Globalizzazione* ('Anatomy of Pokémon: Mass Culture and Ephemeral Aesthetics between Pedagogy and Globalisation'), 161-177 pp, SEAM

2018: 6). Como la teoría de Yano que recalcó la autora Rose, Pellitteri también tiene la opinión de que los productos de estilo lindo están conectados con los sentimientos de nostalgia y añoranza hacia la madre y hacia la infancia, incluso sentimientos de no querer crecer (Pellitteri, 2018: 7).

En cuanto a los integrantes de los **boso-zoku**, Pérez explica que comienzan desde muy jóvenes con la aproximación al concepto de “*yankii*”, es decir, no pretenden seguir con las normas impuestas para la sociedad y rompen las reglas. Lo que les caracteriza son el uniforme escolar, chaquetas de cuero, el pelo teñido, perforaciones y tener una moto personalizada de estilo japonés y occidental (Pérez, 2015: 14). Concretamente el vestuario cuenta con accesorios de estilo militar y colegial a la vez, como describe Riessland. Y las motos características suelen tener el respaldo alargado y el manubrio retraído, aunque con el tiempo fueron produciéndose cambios (Riessland, 2013: 211). Su lema es conseguir la libertad, mostrando a su vez valores como lealtad, honor y espíritu de grupo, además de ser fiel a una estructura jerárquica (Pérez, 2015: 14). La vestimenta, según describe Toro, es caracterizada por llevar el nombre del grupo en la espalda del uniforme y en los accesorios llevar la bandera de la banda. Algo que suelen hacer mucho es fumar tanto en casa como en la escuela, llegar tarde a clase y salir a altas horas de la noche (Toro, 2016). Andreas Riessland realizó un estudio en el que entrevistó a varias personas que conocían a miembros de los **boso-zoku**, y entre los testimonios destaca el dato de que muchos de ellos tienen un pensamiento un tanto bárbaro, violento e inmaduro pero ninguno de ellos enfatizó que los actos cometidos sean de carácter criminal (Riessland, 2013: 201). Como se ha comentado anteriormente, gran parte de la población japonesa no ha experimentado relaciones con la tribu, por lo que este autor se pregunta de dónde provienen esas ideas que tiene la gente sobre los **boso-zoku**. Sacando información de las entrevistas que ha realizado, saca como conclusiones que pueden provenir de posibles rumores que se van esparciendo, de la creación de leyendas urbanas o a través de los medios de comunicación, ya sea prensa, radio, televisión, entre otros (Riessland, 2013: 202). Otro autor que también habla sobre esto es Ikuya Sato, según sus estudios, la opinión que tiene la población acerca de los **boso-zoku** tiene que ver en gran medida a los medios de comunicación. En los años 70 y 80 se crearon bastantes noticias y reportajes peyorativos sobre el grupo, además de que a la hora de hablar sobre la tribu no se realizan estudios previos, dichos escritos

solamente se dedican a criticar los comportamientos que no van acorde con la sociedad, por lo que no llegan a tener en cuenta a cada individuo que lo conforma. Incluso últimamente, en las noticias que tratan sobre crímenes o actos vandálicos se usa el concepto de **bosozoku**, independientemente de que el suceso sea producido por un miembro del grupo o no. (Sato, 1991: 74, 194-195) Acorde al tema, Riessland analiza cómo en numerosas noticias que tratan un tema similar o para hacer referencia a personas o vehículos, aparece la palabra *bōsōzokufū* (簿そ族ふ), que significa “como un bosozoku”. Por lo que al final, inconscientemente los espectadores asimilarán a los jóvenes y a los moteros con actos de tales dimensiones, aunque no estén protagonizados por ninguno de los dos. (Riessland, 2013: 205) Pero no sólo la televisión y diarios participan en esto, a partir de mediados de los años 70, se empezaron a producir programas de televisión y telenovelas, incluso mangas que tuvieron más repercusión, todos con temática bosozoku, que incluían aspectos de comedia y acción. (Riessland, 2013: 207) Dolores Martínez relaciona varios aspectos de la película “Akira” con la tribu debido a la aparición de motos y el carácter individualista. (Martínez, 1998: 68) También hay que destacar la creación de revistas como “*Teens Road*”, “*Rider Comic*”, “*Young Auto*” y “*Champroad*”, siendo ésta la única que se mantuvo en el mercado. Concretamente realiza sus publicaciones de forma mensual tratando numerosos temas acerca de la tribu, también mostrando fotos y testimonios. Lo que le llama especialmente la atención a Andreas Riessland es el hecho de que en dicha revista no se hace referencia alguna a los actos que están relacionados con la violencia, pero en muchas de las imágenes se aprecia el carácter de intimidación. Lo que hace pensar que los periodistas que están detrás de los artículos saben cómo tratar y hablar sobre dichos temas para no poner en una situación de peligro a la revista. (Riessland, 2013: 208-209)

Inferir que estos productos culturales son la semiótica de una sociedad patológica, es el filo de la navaja que ningún autor traspasa dejando libre albedrío al lector de sus insinuaciones. La profusión de estas producciones occidentales que siguen y persiguen las últimas tendencias japonesas, podrían ser también interpretadas por un avispa japonés como evidencia de las tribus urbanas de frikies de la hipermodernidad nipona despreocupadamente produciendo sobre el “otro” oriental en sus cómodos lugares de enunciación académica.

2.2. Cuestión de género en la moda

Algunos autores que hemos analizado, pasan de la estética a la cuestión del género en los movimientos juveniles. La estética es el signo corporal y grupal interpretable a partir del cual tratar las dinámicas culturales generacionales en la globalización japonesa. La confrontación entre sexos, y el cuestionamiento de los géneros tradicionales es el sentido semiótico y comportamental a través del lenguaje corporal que construye el núcleo del debate en los textos y la dialéctica entre los autores.

Desde el punto de vista de Amelia Groom, la ropa que normalmente lleva una mujer se ha conseguido que se acepte el hecho de que un hombre también puede llevarla; con esto el usuario quiere puntualizar que la ropa no tiene género. Al igual que llevar un complemento o una prenda de forma diferente a cómo se ha estado llevando todo este tiempo (Groom, 2011: 209). Dicho asunto lo trata Taylor en su tesis sobre el **cosplay**, en la que habla sobre las disputas que existen a causa de la interpretación de la identidad y del género. A la hora de llevar un **cosplay**, muchos crean una ilusión de ser natural, mientras que otros se ponen en el papel del sexo opuesto (Taylor, 2005: 4). Añadiendo que también hay parejas heterosexuales que se visten como parejas características de algún manga o anime (Taylor, 2005: 22). Apoyado en Lloyd (1999, cit. en Taylor, 2005: 34)⁴¹, el género es un componente crucial de la identidad, y las personas se construyen socialmente desde el género. Sin embargo, el género es neutralizado, no expresa lo que uno es, sino algo que uno hace (Taylor, 2005: 34). Nicolle Lamerichs habla sobre el tema apoyándose en las obras realizadas por Judith Butler (1993, cit. en Lamerichs, 2011: 7)⁴², tratando al género pero con un sentido no tan lingüístico, concretamente dice que el género es una expresión que uno hace, en lugar de lo que uno es. Señala que la identidad no es algo inventado, sino el resultado temporal de la imitación, por lo que presenta gran relación con lo que dice Lloyd y Taylor (Lamerichs, 2011: 7). Butler trata y compara el tema de los Drag, pero éstos tienen un motivo diferente a los **cosplayers**

⁴¹ Lloyd (1999: 196). *Performativity, Parody, Politics, Theory, Culture, and Society* 16, 2, 195-213 pp

⁴² Butler (1993: 2). *Bodies That Matter: On the Discursive Limits of "Sex"*, 1-288 pp, Routledge, New York

ya que su motivación principal es la de caracterizarse como el sexo opuesto durante un corto periodo de tiempo. Lamerichs toma este ejemplo para trasladar que los **cosplayers** se identifican con un personaje durante un largo periodo de tiempo y que además entienden el significado de lo que están haciendo (Lamerichs, 2011: 8-9). En las obras realizadas por Stuart Hall (2000, cit. en Lamerichs, 2011: 9)⁴³, pone de manifiesto dos aspectos que Butler no tiene en cuenta o menciona poco, el hecho de que la identidad es vista como un punto de encuentro de discursos que afectan a la persona, y a su vez es un proceso que los sujetos llevan a cabo (Lamerichs, 2011: 9). El género no tiene que suponer un problema, el trabajo duro está en captar las expresiones, poses, posturas y carácter del personaje en sí para poder representarlo de forma acertada. Y algo que predomina mucho y tiene relación con el tema del género en las convenciones son el público femenino al que les gusta el yaoi (やおい), un género que trata historias protagonizadas por parejas homosexuales masculinas (Taylor, 2005: 34). Tsutsui también puntualiza el hecho de que cada vez son más las mujeres dentro de los **otaku** o que hacen **cosplay** (Tsutsui, 2008: 17). Para Miller, los cambios que se han ido produciendo en la moda desde los años 70 y 80 han permitido que las diferencias entre hombres y mujeres hayan ido disminuyendo con el tiempo. Añadiendo que los jóvenes japoneses tienen la creencia de poder transformarse a través de maquillaje o cirugía (Miller, 2004: 84). Amelia Groom también incluye dicho tema en su obra, a través de Craik (1994, cit. en Groom, 2011: 199)⁴⁴, autora que siente pena por los chicos que desean lucir atractivos pero que sienten que no pueden hacerlo por miedo a no parecer masculinos, a lo que Groom contesta que para los jóvenes hoy no existe ningún problema para poder vestirse como ellos sientan, éstos presentan una gran confianza en sí mismos y gozan libertad (Groom, 2011: 199).

Dentro de la tribu **gyaru**, el autor Sergio Pérez describe cómo también se encuentran ciertos problemas en cuanto al género. La sociedad presenta un sentimiento de rechazo debido a que el término proviene de una adaptación fonética de la palabra inglesa girl (chica). El cual se utiliza de forma despectiva en distintos momentos de la historia contemporánea japonesa, haciendo referencia a mujeres que han expuesto su rechazo al

⁴³ Hall (2000). "Who Needs 'Identity'?" In *Identity: A Reader*, 15-30 pp, Thousand Oaks, CA: Sage

⁴⁴ Craik (1994: 176). *Faces of Fashion: Cultural Studies in Fashion*, 1-249 pp, Routledge

papel que la sociedad ha asignado a lo largo del tiempo (Pérez, 2015: 15). Tema que también explica Keliyan en su obra sobre *kogyaru* apoyándose en Kinsella (1995, cit. en Keliyan, 2011: 98)⁴⁵, cómo son vistas de forma despectiva por no continuar con el ideal tradicional de feminidad impuesto hace varios siglos (Keliyan, 2011: 98). Pérez explica que por ello vieron conveniente crear un grupo con el que se pudieran sentir cómodas dentro de la sociedad y fácilmente reconocibles. Desde otro punto de vista, la sociedad apoya el ejemplo que obtienen de las **gals** que muestran un fuerte concepto de independencia y capacidad para crear una identidad propia muy definida. El autor encuentra que en el anime, manga o cine se opta por dar una visión de las gals más positiva y entretenida, o negativa, caracterizándolas como chicas que sólo tienen citas con hombres. Otros rasgos son el ambientarlas en un grupo de amigas, normalmente de instituto y con miedo a crecer (Pérez, 2015: 29). Keliyan habla un poco sobre el pequeño número de hombres que forman parte de las **gal**, los *sentaa gai*. (Keliyan, 2011: 101) Para Miller, la moda protagonizada por los jóvenes presenta un concepto en cuanto al género en Japón mucho más amplio que en el pasado, los chicos utilizan productos de belleza y las chicas alejan el concepto de dulzura e inocencia. Desde el punto de vista de la autora, debido a la reforma tanto en moda como belleza, los jóvenes japoneses tienen más modelos y estrategias para realizar críticas relacionadas con el género y la homogeneidad racial. Además de la novedad de experimentar con diversas identidades superficiales, con el objetivo de alterar la categorización racial, los modelos de género impuestos y marcar un antes y un después con las generaciones pasadas. Dando como conclusión que tanto el género como la identidad étnica han pasado a ser aspectos esenciales a maleables (Miller, 2004: 92-93, 95). Groom tratando el tema de los **visual kei**, puntualiza el hecho de ver a la mujer con un estilo andrógino, consiguiendo un leve parecido al sexo masculino. Mientras que los chicos de la tribu adoptan nombres y una actitud más femenina. Añade el punto de vista de Judith Butler (1999, cit. en Groom, 2011: 200)⁴⁶ en el que los miembros del **visual kei** no tienen un núcleo referente a lo masculino o lo femenino, sino que siguen la estética de su artista favorito (Groom, 2011:

⁴⁵ Kinsella (1995: 795). "Cuties in Japan". In *Women, Media and Consumption in Japan*, 220-255 pp, Hawaii University Press, Honolulu

⁴⁶ Butler (1999: 175). *Gender Trouble – Feminism and the Subversion of Identity*, 1-196 pp, Routledge, New York and London

200). Adamowicz destaca la revista “*KERA*” ya que en muchas de sus publicaciones se pueden ver a modelos femeninas llevando ropas masculinas (Adamowicz, 2015: 12). Como explica Sanz, en el **visual kei** gran parte está formado por hombres que son músicos, mientras que las mujeres suelen ser fans. Por lo que a medida que evoluciona el estilo, la androginia se generaliza, encontrando a miembros que realizan travestismo o presentan características más femeninas. A partir de los 2000 son cada vez más las bandas compuestas por chicas, por lo que la autora señala un pequeño cambio hacia la igualdad (Sanz, 2016: 5, 23, 26, 33). Yozet López también remarca dicha evolución de cómo al principio el **visual kei** estaba compuesto por mujeres, y con el paso del tiempo y el cambio a estéticas más andróginas el número de hombres y mujeres modificándose, predominando las mujeres (López, 2017: 29). Sin embargo, Fortea señala cómo en ocasiones la estética no tiene relación alguna con la sexualidad, simplemente es una representación. También se apoya en teorías del siglo XX en las que se afirma que no existe un único género, sino que se posee un género biológico y otro teatral (Fortea, 2012: 84-85). El autor, a través de la tesis de Inoue (2003, cit. en Fortea, 2012: 86-87)⁴⁷, destaca cómo la sociedad japonesa ha educado al hombre en la enseñanza del control y las tecnologías, mientras que a la mujer se le ha apartado de dichos conocimientos para que se dedique a las tareas del hogar; deduce que por eso en grupos musicales de **visual kei** hay tan poca presencia de mujeres (Fortea, 2012: 86-87). En cuanto al uso del maquillaje se plantea la pregunta de ¿por qué el hecho de maquillarse se considera una distinción de la mujer? Es por ello que da ejemplos de representaciones específicas de la cultura japonesa en las que el hombre se maquilla, concluyendo que esta barrera ha sido impuesta por la sociedad patriarcal y que cada vez más jóvenes japoneses se preocupan por su estética. Añade que algunos autores ven la razón en la influencia que producen los manga para chicas y el teatro kabuki (歌舞伎), o que se ha producido un fin del patriarcado en el rock; por su parte entiende que dichas argumentaciones no tienen fundamentos de peso, ya que fuera de Japón los hombres usan maquillaje y el número de artistas femeninas en la industria musical del **visual kei** es muy pequeña aún (Fortea, 2012: 87-88). Por nuestra parte podemos argumentar al debate que si la especificidad cultural endógena no tiene incidencia, entonces las nuevas generaciones quedan

⁴⁷ Inoue (2003: 199-201). *Vijuaru kei no jidai – rokku, keshô, jendâ*, 1-277 pp, Seikyûsha, Tokyo

abocadas también a la imitación merced al difusionismo global de referentes hegemónicos de consumo. A través de su concepto de esferas, explica cómo la mujer al ver que los grupos musicales tenían una estética masculina, veían su participación imposibilitada, por lo que únicamente podían ser fans, pero el autor añade que el único motivo por el cual no podían unirse era por la idea del rock introducida a través del patriarcado (Fortea, 2012: 90). Como los anteriores autores, Fortea también habla sobre el cambio que se está produciendo en torno a la mujer japonesa, ya que cada vez tienen más presencia en los grupos donde antes no la tenían. Incluso considera la “feminización de la cultura” a partir de los 90, cuando un gran número de mujeres se introdujeron en el mercado laboral y se apreció sus presencias (Fortea, 2012: 91).

Pellitteri en su estudio sobre la estética de lo lindo explica cómo en Japón es por excelencia representada y orientada a un público femenino, por lo que el sexo masculino es mínimo o casi no hay datos. Desde que surgió el concepto, se suele aplicar a temas relacionados con el mundo de la mujer (Pellitteri, 2018: 2-3). Pero como anteriormente se explica, el concepto además de tener similitud con el de *iki*, también está relacionado con el teatro Takarazuka (宝塚), el cual es un símbolo de lo andrógino, de la indiferencia hacia el género femenino (Pellitteri, 2018: 4-5). En el caso de las **lolitas**, Miller explica como las chicas suelen ser contempladas desde un punto de vista con carácter sexual, no sólo por parte de personas de mediana edad, sino de jóvenes también (Miller, 2004: 90). Dela Pena también trata dicho tema en su explicación sobre el consumismo (Dela Pena, 2006: 8). Dicho grupo no solo se delimita al género femenino, como cuenta Pérez, también existen chicos que visten al estilo lolita, concretamente los que se basan en la moda victoriana llamados 王子 (*ôji*) o los que intentan parecerse a **lolitas** femeninas (Pérez, 2015: 18-19). Zi Young Kang asimismo habla sobre la presencia masculina dentro de la subcultura (Young Kang, 2014: 6). Hamilton señala cómo dentro de la tribu o subcultura hay lugar tanto para mujeres como para hombres, y en concreto dice de éstos que cada vez son más (Hamilton, 2012: 90). Amelia Groom añade como en los últimos años los chicos que optan por el estilo lolita es cada vez mayor, destacando a Mana-Sama como un famoso **lolita** masculino. Pone en relación a la tribu **visual kei** porque él perteneció a una banda de dicha tribu (Groom, 2011: 200). También Klaudia Adamowicz habla sobre Mana-Sama al establecer una relación entre **lolitas** y **visual kei** (Adamowicz, 2015: 10). Sergio Pérez pone en relación, al igual que

ambas autoras anteriores, cómo los grupos de música de **visual kei** se inspiraron en los trajes lolita pero recargándolos y usando tonos más oscuros (Pérez, 2015: 18-19). También Dela Pena habla sobre la relación entre ambos grupos (Dela Pena, 2006: 32). Masafumi Monden al igual que autores anteriores explica cómo el **visual kei** ha sido en gran parte inspiración para la subcultura **lolita** (Monden, 2008: 24). El género femenino, sobre todo la tribu de las **lolitas** presenta un alto grado de fetichismo por parte del sector masculino, como explica Groom, debido al estilo inocente y el llevar faldas, hace que muchos dediquen su tiempo a ir a cafeterías donde trabajan ellas y fantasear (Groom, 2011: 205). Desde el punto de vista de Monden, las **lolitas** son vistas como un producto sexual que satisface a hombres de avanzada edad (Monden, 2008: 27). Young Kang puntualiza el rasgo que defiende la subcultura, el acabar con la sexualización de la mujer como si fuesen objetos (Young Kang, 2014: 5). La autora Terasa Younker señala el hecho de que las **lolitas** presentan unos rasgos totalmente diferentes a los que tenía la mujer tradicional japonesa, todo ello para intentar conseguir la igualdad entre sexos. Añade que con el tiempo se creó una imagen que ensuciaba el camino recorrido por las **lolitas**, como son las lolicon (ロリコン), concretamente es el deseo sexual que presentan los hombres de mantener relaciones con mujeres sin presentar resistencia (Younker, 2015: 101, 107). Perry Hinton explica en su estudio la misma situación, añadiendo el punto de vista de la cultura occidental, ya que se piensa en lolitas como chicas que pasan tiempo con hombres mayores para conseguir algo de dinero (Hinton, 2014: 55, 57). Hamilton también señala en su obra el problema de las lolicon (ロリコン) (Hamilton, 2012: 92-93).

El papel de la mujer es remarcado por la autora Laura Miller llegando a la conclusión de que muchos de los estilos de moda provienen de la población femenina, añadiendo como posible hipótesis que todo esto tiene que ver por el gran interés que suelen presentar las mujeres en el mundo de la moda y la belleza, mientras que la población masculina presta más atención a la música o los videojuegos (Miller, 2004: 90). Desde el punto de vista de Daniel Fortea, existe una división entre lo masculino y lo femenino, estableciendo el cómo debe de ser la feminidad y la masculinidad, por lo que él prefiere decir que existe una gran esfera en la que cada uno es libre de moverse según las relaciones y la estética (Fortea, 2012: 89-90).

Capítulo 3. El papel de la (in-) felicidad

Japón desde sus comienzos ha presentado una política de aislamiento que se ha mantenido durante más de 200 años, pero esto ha ido cambiando poco a poco. La población ha decidido dar un paso y romper las barreras imaginarias impuestas por ellos mismos, consiguiendo la implantación de un sistema más libre y abierto, convirtiéndose lentamente así en un país mucho más global que antes. Y dentro de esa población que está contribuyendo día a día, Sullivan encuentra a las tribus urbanas, o como las nombra él, subculturas. (Sullivan, 2005: 1) Para poder entender en gran medida el contexto histórico y actual de dichos grupos, el autor recomienda eliminar todos los pensamientos negativos que se tengan sobre ellos, como por ejemplo que esté mal visto el pasar la mayor parte del tiempo viendo “dibujos animados” que no aportan ningún valor ni a la persona ni a la sociedad (Sullivan, 2005: 41). El concepto “estilo de vida” lo recalca la autora Maya Keliyan en uno de sus artículos; concretamente se apoya en las definiciones dadas por Weber (1991, cit. en Keliyan, 2011: 96-97)⁴⁸ y por Veblen (1994, cit. en Keliyan, 2011: 96-97)⁴⁹, que concuerdan en que es una forma de definir la adhesión de una persona a un grupo específico, incluso la creación de grupos sociales. También añade que el concepto está relacionado con la identidad, además de con la clase o la subcultura. La creación de un grupo va a estar determinado por las prácticas que desarrollen en su día a día, conectando a personas, por lo que el estilo de vida tiene un sentido de identificación; incluso el hecho de formar grupos en la sociedad puede tener como motivo principal el querer diferenciarse de la cultura predominante, desarrollar otras características con personas que compartan los mismos gustos. Asimismo, la autora le da gran importancia al concepto ya que gracias a él se han podido realizar estudios sobre el estatus de grupos sociales, comprendiendo mejor los lazos que se establecen dentro de ellos y el valor de ser parte de ellos. Concretamente explica cómo aunque el estilo de vida es algo individual y que difiere según cada individuo, tiene mucha influencia el grupo social al que se pertenezca (Keliyan, 2011: 96-97). También Hayao Kawai recalca cómo el estilo de vida de los jóvenes japoneses

⁴⁸ Weber (1991: 83). *Classes, Status Groups and Parties*, In Max Weber: Selection in Translation, Cambridge University Press, Cambridge

⁴⁹ Veblen (1994: 40). *The Theory of the Leisure Class*, 1-183 pp, Penguin Books, Harmondsworth

está cambiando hacia uno más individualista, algunos autores ven esto como una “nueva generación”, mientras que otros lo critican por presentar una posición egoísta ante la sociedad. Añade que la posición que adoptan puede ser en gran medida influenciada por Occidente (Kawai, 1999: 14). Al igual que Kawai, la autora Kristýna Vojtísková piensa que Japón está experimentando una crisis de valores debido a la individualidad presentada por la sociedad actualmente, como la carencia de solidaridad e intereses egoístas. Basada en las teorías de Watsuji Tetsurô (2007, cit. en Vojtísková, 2015: 129-130, 136)⁵⁰, plantea cómo es imposible estar completamente separado de la sociedad, el no mantener relaciones, ya que existe una cultura o un lenguaje que se comparte (Vojtísková, 2015: 129-130, 136).

Según los autores Marsella, DeVos, y Francis, el comportamiento es un factor que presenta grandes expectativas por parte de la sociedad, considerándolo como un éxito si se consigue la adaptación, y un fracaso si ocurre lo contrario. Poniendo como ejemplo la armonía, la cual se consigue ajustándose a los demás (Marsella, DeVos, y Francis, 1985: 7-8). Añaden también que la autoestima del individuo y su futuro dependen de las relaciones que mantengan y del parentesco (Marsella, DeVos y Francis, 1985: 41). Según Vojtísková, la armonía es un aspecto de la religión shintô, que es clave para la comunidad japonesa (Vojtísková, 2015: 140). Beer destaca el poderoso carácter de grupo que presentan los japoneses, los lazos familiares y el respeto hacia los mayores, añadiendo que se pueden presentar excepciones (Beer, 1981: 439-440). La autora Gisela Trommsdorff a través de encuestas realizadas a jóvenes de todo el mundo, saca como conclusiones que dentro de la vida familiar los japoneses no están tan satisfechos como por ejemplo los alemanes, ya que éstos suelen tener más libertad. Añadiendo que en el núcleo familiar los japoneses ven al padre como el líder y a la madre siguiendo el modelo tradicional, aunque algunos piensan que los jóvenes deberían tener más libertad (Trommsdorff, 1992: 59-61). Del mismo modo, Evgeny Yasin explica cómo el éxito de una nación se suele conseguir con la cooperación y tolerancia de las normas por parte de todos los individuos, no obstante siempre aparecen inconvenientes (Yasin, 2007: 37). Una de las causas por las que los jóvenes japoneses presentan presión social según Amelia Groom es por el sentimiento de agobio y presión debido a su apariencia,

⁵⁰ Tetsurô (2007). Ethics, Iwanami shoten, Tokyo

puntualizando cuando caminan por las calles de Harajuku, ya que pueden ser fotografiados o ser tomados como referentes de su tribu (Groom, 2011: 202-203). Según Marsella, DeVos y Francis, basándose en estudios realizados, explican cómo los jóvenes japoneses se evalúan a ellos mismos de forma negativa, por lo que esto da como resultado la creación de preocupaciones y fobias sociales; de entre las posibles causas estarían los altos valores culturales y la presión social (Marsella, DeVos y Francis, 1985: 148). También añaden el factor de la responsabilidad, ya sea en el ámbito familiar por parte del hijo mayor o por continuar con la tradición; en el ambiente escolar por conseguir la excelencia académica; o en la vida laboral para conseguir productividad en la empresa, ya que si fallan afectaría no sólo a la persona en sí sino a todo el grupo (Marsella, DeVos y Francis, 1985: 159-160). Otra razón que aportan es el tener que estar conforme con los estándares sociales y con el grupo, sin mostrar disconformidad alguna (Marsella, DeVos y Francis, 1985: 168). Beer también trata dicho tema, recalcando cómo el individuo debe de seguir al grupo y mostrar lealtad, ya que por el contrario, pueden ser excluidos por la sociedad (Beer, 1981: 442). Desde el punto de vista de Peter Ackermann, ve en los jóvenes el deseo de mantener su privacidad, sus amistades y su propia imagen de la vida, debido a la presión ejercida por su entorno (Ackermann, 2004: 68). Jens Forsberg ve como una característica principal la importancia de pertenecer a un grupo y seguirlo (Forsberg, 2012: 23). Dela Pena explica en su obra cómo la edad de los 20 es muy importante en Japón, ya que los jóvenes a partir de aquí tienen que decidir su futuro haciendo exámenes o buscando trabajo, por lo que la presión para conseguir éxito es muy alta, además de que si fracasan se sienten perdidos y como si hubiesen defraudado al país (Dela Pena, 2006: 15-16). Incluye la idea de que muchos jóvenes deciden llevar una máscara imaginaria con el fin de conseguir libertad (Dela Pena, 2006: 34). Onohara recalca, al igual que muchos otros autores, en sus investigaciones realizadas a un público extranjero, el hecho de que los japoneses ven la edad adulta llena de responsabilidades y problemas, mientras que los occidentales presentan una mentalidad totalmente contraria ya que desean con ganas alcanzar la edad adulta y así conseguir libertad (Onohara, 2011: 36). Acorde al tema, Jens Forsberg explica cómo debido a que muchos jóvenes han crecido rodeados de todo lo que necesitaban, cuando llega la hora de escribir su futuro sienten terror (Forsberg, 2012: 16). Rie Kido habla en su obra sobre el ikizurasa (生きづらさ), que es un estado de ansiedad y baja autoestima presentado en jóvenes japoneses por problemas familiares,

desempleo, economía, enfermedad o fracaso escolar (Kido, 2016: 99). Guillermo Torres Moreno apunta más lejos al indicar que actualmente no existe un grupo ganador en la sociedad japonesa, ya sea por las condiciones en el trabajo, las presiones extras que la mujer enfrenta o un gobierno despreocupado por el bienestar ciudadano. Añade esto como posible causa al conformismo juvenil (Torres, 2018: 84-85).

3.1. Vida diaria de los jóvenes

Expone Gómez que la vida de un **otaku** es muy tranquila, ya que se dedican a buscar trabajos temporales llamados arubaito (アルバイト) con los que ganan lo suficiente para subsistir y para poder comprarse las novedades en videojuegos, música o manga. Algunos meses se realizan salones o eventos acorde a cada gusto y área en los que pueden relacionarse y compartir sus puntos de vista, muchos de ellos ubicados en la zona comercial de Akihabara (Gómez, 2012: 5). Para Keliyan son personas introvertidas que tratan de escapar de la realidad (Keliyan, 2011: 103). Añadiendo la información de Sergio Pérez Torres, que valora que normalmente se tiende a pensar en ellos como un mundo masculino, pero eso no es cierto, porque cada vez podemos encontrar a más chicas introduciéndose en el grupo (Pérez, 2015: 11). Dela Pena muestra varios aspectos, las cuales idealizan a la persona **otaku** como alguien obsesivo por todo lo relacionado a su hobby, además que vive en un mundo fingido (Dela Pena, 2006: 3).

Desde el punto de vista de Balderrama y Pérez, las edades que suelen tener están comprendidas entre los 15 y 25 años, pero esto está recibiendo cambios constantemente con los años, ya que cada vez se encuentran a personas que descubren este mundo muy joven, y personas que continúan con su hobby durante años y años (Balderrama, y Pérez, 2009: 12). Sin embargo para Hiroki Azuma, la franja de edad abarca desde los 18 años hasta los 40 (Azuma, 2009: 16). No suele haber una exclusión por edad, género, status u otros motivos, pero según encuestas realizadas por Jayme Rebecca Taylor, el cosplay es realizado por mujeres con edades comprendidas entre 18 y 30 años (Taylor, 2005: 21). Desde el punto de vista de Keliyan, la edad rondaría desde los 13 hasta los 40 años (Keliyan, 2011: 103). Para Joseph Dela Pena se encuentran entre su adolescencia y cerca de los 20 años (Dela Pena, 2006: 3). Según Pérez, en su vida diaria también

organizan grandes reuniones para compartir sus gustos, sus puntos de vista, intercambiar complementos, etc. También realizan sesiones de fotos de gran calidad, o incluso desfiles de moda y concursos en el barrio de Harajuku los fines de semana para lucir y mostrar todo el trabajo requerido (Pérez, 2015: 12). Como cuenta Taylor, muchas personas suelen ir acompañados por un amigo o un grupo caracterizados, e incluso todos de una misma temática (Taylor, 2005: 22). Hiroki Azuma en su obra explica como muchos de los primeros **otakus** eran jóvenes que asumían sus responsabilidades, además de dedicar tiempo al ocio (Azuma, 2009: 34).

Los **hikikomori**, como expone Gómez es un grupo caracterizado por presentar un carácter extremadamente cerrado hacia la sociedad, además de ser una nueva forma de llamar a los **otakus** que no salen de su hogar bajo ningún concepto, ya que están plenamente dedicados a sus aficiones. Suelen ser personas de entre 15 y 39 años que han pasado como mínimo unos seis meses en su habitación o en su casa sin salir de ella y su contacto social es nulo. La mayoría de ellos no sobrepasan los 3 años de aislamiento social, otros se pasan más de diez sin relacionarse con la gente, o sólo mediante Internet (Gómez, 2012: 5). Para Viktoriia Shuryhina, muchos suelen estar en casa encerrados, o mantienen contacto con la familia, incluso salen y tienen un trabajo parcial. Además señala el dato de que la mayoría de los integrantes son chicos, pero también se encuentran chicas, lo que puntualiza la autora es que como en la sociedad japonesa la mujer debe de estar en casa, no se toma en cuenta si está demasiado tiempo (Shuryhina, 2015: 8, 10). Dziesinski también explica cómo los padres no suelen dar mucha importancia a que sus hijas permanezcan mucho en casa ya que es algo normal en su cultura, además de que las expectativas que se tienen de ellas difieren de las de los hijos varones (Dziesinski, 2004: 21-22). Tim Li y Paul Wong también puntualizan el hecho de que muchos evitan el contacto social pero a menudo salen para hacer sus trabajos o compras (Li y Wong, 2015: 603). Michael Dziesinski expone cómo no hace mucho se aceptó el término categorizándolo como jóvenes que están negados a participar en la sociedad, además de presentar una enfermedad mental. Según sus exploraciones y de acuerdo a varios investigadores, el rango de edad que comprende sería desde los 15 años hasta los 35 aproximadamente y el tiempo que se pasan encerrados suele rondar entre los 6 meses y los 3 años (Dziesinski, 2003: 2, 9, 13). Según Shuryhina, el término surgió en los años 50, en los 80 se utilizaba para casos de

ausentismo escolar y más tarde ya se amplió el contexto (Shuryhina, 2015: 5). Jens Forsberg basándose en la obra de Tamaki Saito (1998, cit. en Forsberg, 2012: 6)⁵¹, explica cómo aparecieron en los años 70 y que con el tiempo han conseguido importancia (Forsberg, 2012: 6). Dela Pena explica cómo también se evaden de la sociedad, derivando en terribles consecuencias. Incluso se apoya en la entrevista que realizó Tim Larimer (2000, cit. en Dela Pena, 2006, 17-18)⁵² sobre la tribu, diciendo que llamarlo grupo en sí es un error, ya que lo correcto sería categorizarlo como problema social. También explica la definición proporcionada por el ministerio de Salud japonés que dice ser una persona que vive alejada de la sociedad y de su familia por más de seis meses, el autor añade la posible causa de las presiones tanto en el ámbito escolar como social (Dela Pena, 2006: 17-18). Acorde a lo anterior, Michael Dzieszinski también presenta la posición de investigadores de no saber cómo clasificar el concepto, si como enfermedad o como grupo social (Dzieszinski, 2003: 33). Desde el punto de vista de Jens Forsberg y apoyado en estudios de Yuichi Hattori (2010, cit. en Forsberg, 2012: 13)⁵³, expone cómo los japoneses sólo ven a los **hikikomori** como una fase de jóvenes perezosos que no se preocupan por el futuro (Forsberg, 2012: 13). Tim Li y Paul Wong explican las diferentes visiones de los estudios realizados a dicha tribu, Kato (2012, cit. en Li y Wong, 2015: 596)⁵⁴ piensa que es una enfermedad que necesita medicación, Furlong (2008, cit. en Li y Wong, 2015: 596)⁵⁵ lo califica como un problema adolescente o Heinze y Thomas (2014, cit. en Li y Wong, 2015: 596)⁵⁶ como una versión radical de los otakus (Li y Wong, 2015: 596). Desde el punto de vista de Kohki Itoh y basándose en sus estudios realizados, uno de los motivos por el cual presentan dicha conducta es debido a la idea de que hay que graduarse con la edad correspondiente y seguidamente ser aceptado en una empresa, para ello los estudiantes

⁵¹ Saito (1998: 45). *Shakaiteki Hikikomori: Owaranai Shishunki*, 1-187 pp, PHP, Tokyo

⁵² Larimer (2000: 49). *Natural-Born Killers?*, Time South Pacific, 29

⁵³ Hattori (2010: 109). *Understanding Hikikomori*, Family Forum Japan

⁵⁴ Kato (2012). Does the 'hikikomori' syndrome of social withdrawal exist outside Japan? A preliminary international investigation, *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 47, 1061-1075 pp

⁵⁵ Furlong (2008). The Japanese hikikomori phenomenon: Acute social withdrawal among young people, *The Sociological Review*, 56, 309-325 pp

⁵⁶ Heinze y Thomas (2014). Self and salvation: Visions of hikikomori in Japanese manga, *Journal of the German Institute for Japanese Studies Tokyo*, 26, 151-169 pp

no pueden repetir curso ni fallar exámenes. El tema de las relaciones amorosas y de amistad también es un inconveniente al que se enfrentan, como del mismo modo les ocurre a los **otakus**. (Itoh, 2012: 140-141)

Los **decora**, como redacta Yanez, suelen ser también jóvenes de 13 a 17 años (Yanez, 2015). Rose añade que a través del uso de objetos de estilo lindo satisfacen sus necesidades, incluso estableciendo una unión entre el pasado y la unión familiar (Rose, 2018: 3). Según Pérez, las lolitas son representadas en mayor parte por mujeres jóvenes que influidas por la moda occidental de los siglos XVIII y XIX y de la japonesa con el manga y el anime, describen su forma de pensar utilizando para ello el lenguaje visual de la ropa y los complementos (Pérez, 2015: 18-19). Younker relaciona también lo *kawaii* con dicha tribu, explicando cómo produce una sensación de placer y de bienestar. Además de que muchos de sus integrantes suelen presentar una personalidad infantil llevando peluches, comiendo dulces o poniendo voz nasal (Younker, 2015: 99-101). Zi Young Kang señala cómo tienen que conseguir la feminidad y la dulzura de la niñez a través del vestuario y del maquillaje, sin importar la edad o el sexo (Young Kang, 2014: 3-4). Desde el punto de vista de Noriko Onohara, las lolitas suelen pasear por las calles de Harajuku con el objetivo de llamar la atención y no ser confundidas con **cosplayers**, añadiendo el hecho de poder ser fotografiadas y transmitir su estilo al público (Onohara, 2011: 31-32).

La tribu **gal**, según describe García, es un grupo que comienza en los años 90 y principios del siglo XXI, caracterizado por tener una ley de vida que consiste en romper con el sistema, con el conservadurismo del país y sin darle mucha importancia a los estudios, la vida matrimonial o el futuro. Incluso curiosamente inventaron una forma propia de escribir mensajes en japonés, a esto se le podría denominar ‘código gal’. Con todo esto pretenden crear una fuerte unión de comunidad y es una forma de poder representarse ante la sociedad (García, 2012: 9). Atsumi Nakao, apoyándose en el concepto que da Kinsella (2013, cit. en Nakao, 2016: 14)⁵⁷, añade que empezaron a finales de los 80 yendo a clubs nocturnos y discotecas tras acabar las clases (Nakao, 2016: 14). Keliyan añade que suelen ser chicas que intentan escapar de una realidad en

⁵⁷ Kinsella (2013: 60-61). *Schoolgirls. Money and Rebellion in Japan*, 1-238 pp, Routledge, New York

la que no se sienten cómodas, para estar en un mundo imaginario rodeado de moda, adquiriendo un sentimiento de confianza que no poseen. La autora establece unas pequeñas similitudes entre las **gyaru** y los **otaku**, concretamente el hecho de que ambos muestran pasión en lo que les gusta, desbordan creatividad, además de no estar de acuerdo con el sistema y las normas de la sociedad japonesa. Añadiendo que son dos claros ejemplos de cómo la sociedad está experimentando cambios postmodernos en la moda y en el consumo (Keliyan, 2011: 98, 106).

En cuanto a los **boso-zoku**, Ikuya Sato los describe como un grupo formado por jóvenes de 17 a 20 años que suelen conducir sin respetar las normas de tráfico, siendo un peligro para la sociedad, ya que pueden poner en peligro su vida y la de los demás (Sato, 1982: 65). Riessland apoyado en Endô (2010, cit. en Riessland, 2013: 202-203)⁵⁸, expone como los primeros motoristas japoneses comenzaron su andadura a partir de los años 50, cometían pequeñas infracciones en las carreteras pero al fin y al cabo no se consideraban demasiado graves, por lo que no recibieron mucha atención por parte de los medios. Con el comienzo de la década de los 60 se produce un cambio destacable, ya que se experimenta un aumento de la producción de motocicletas de gran cilindrada y son cada vez más los estudiantes que las compran con el dinero de su trabajo a medio tiempo. Además comienzan a organizarse pequeñas concentraciones en las grandes ciudades en las que se enseñan los vehículos y se realizan carreras de velocidad ilegales, todo ello con el fin de escapar un tiempo de la realidad y la vida diaria (Riessland, 2013: 202-203). Como relata Endô (2010, cit. en Riessland, 2013: 203)⁵⁹ o Nakabe (1979, cit. en Riessland, 2013: 203)⁶⁰, el 17 de junio de 1972 en la ciudad de Toyama, un grupo de policías irrumpieron en una de las reuniones motoristas para poner fin a dos días de intenso ruido, lo mismo ocurrió en otras concentraciones que se produjeron días siguientes. Es por ello que dentro de la cultura juvenil comenzó un cierto sentimiento de odio hacia el sistema político (Riessland, 2013: 203). A principios de la década de los

⁵⁸ Endô (2010: 106). *Tōkyō Furyō Shōnen Densetsu – CRS Rengō Tanjō no Jijitsu*, (Legends About Tokyo's Deviant Youth – The Real Story of the CRS Union's Origins), Million Publishing Inc, Tokyo

⁵⁹ Endô (2010: 107). *Tōkyō Furyō Shōnen Densetsu – CRS Rengō Tanjō no Jijitsu*, (Legends About Tokyo's Deviant Youth – The Real Story of the CRS Union's Origins), Million Publishing Inc, Tokyo

⁶⁰ Nakabe (1979: 227-228). *Bōsōzoku 100nin no Shissō*, (100 Bōsōzoku's Dash), Daisan Shokan, Tokyo

70, los jóvenes japoneses comenzaron una serie de revoluciones y manifestaciones a causa de las políticas dedicadas hacia ellos pero que fueron reduciendo su número considerablemente. Más tarde varios grupos de activistas estudiantiles radicales planearon varios asaltos para hacer saber la llegada de un nuevo movimiento por parte de izquierdas. Con toda esta situación, añadiendo a su vez más problemas relacionados con el mundo político, el descontento de los jóvenes del país iba en aumento de forma exponencial. En este momento es cuando surge un movimiento juvenil principiante con un perfil totalmente diferente a los anteriores, mostrando a su vez un estilo al vestir innovador y nunca visto hasta la fecha (Sato, 1982, 65). Riessland añade que las concentraciones, que se fueron haciendo cada vez de mayor influencia, fueron penalizadas y más tarde prohibidas por las autoridades. Incluso hubo desacuerdos y enfrentamientos entre grupos de **bosozokus** e implementaron leyes para anular de forma completa a dicho grupo (Riessland, 2013: 203-204). Yozet López explica que el comienzo de la tribu **visual kei** tuvo como finalidad el romper con los cánones de disciplina impuestos dentro de la sociedad y dar por finalizado el concepto del japonés uniformado. Razón por la cual los **bosozoku** también surgieron. Según la autora, el estilo de vida que adoptan los miembros se percibe por rasgos de su exterior, es decir el peinado, el maquillaje y la ropa (López, 2017: 11, 14).

3.2. Lugar de expresión y confort

Es importante destacar la zona donde cada tribu va encontrando su zona de confort, ya que son lugares en los que se sienten seguros de sí mismos, donde nadie les va a calificar por lo que son y por sus gustos, esto crea una fuerte autoconfianza en la persona. Un lugar en el que no van a ser juzgados por la sociedad, por su desaventajada condición socioeconómica y por su consumo de productos de la cultura japonesa (Taylor, 2005: 16). Groom también habla sobre dicho tema en su obra, añadiendo que dichos lugares son una forma de escape (Groom, 2011: 191). Estas zonas que pueden ser al aire libre, en espacios cerrados u otros, los autores destacan las siguientes:

-Internet: como explican Giménez y Esteban (2005):

“El manganime es un fenómeno de la cultura de masas muy extendido en Japón y Occidente, hasta el punto de que más allá de una opción de diversión se ha convertido para los adolescentes y los jóvenes en una intensa afición, que guarda, a su vez, una estrecha relación con la afición por los videojuegos. Y, precisamente, para los jóvenes es también Internet el gran medio, sino en muchas ocasiones el único, para acceder a la información” (Giménez y Esteban, 2005, 2).

Internet, según Balderrama y Pérez, es el lugar donde se concentra la mayor base de datos sobre estos temas, por lo que la gran parte de los consumidores de anime y manga de todo el mundo, hacen uso de ello para satisfacer sus gustos. Son famosos los foros **otaku** donde se pueden crear grupos de chat, discusiones y hacer amigos para compartir gustos libremente (Balderrama y Pérez, 2009: 33-37). Según los estudios de campo realizados por Yozet López, muchos de los **visual kei** suelen relacionarse por medio de las redes sociales, blogs y webs (López, 2017: 15). Keliyan añade el poder que tienen muchas webs, ya que hacen que gran parte de la tribu encuentre una zona de confort (Keliyan, 2011: 104).

-Convenciones: espacios celebrados muchos fines de semana, o una vez al año, en los que se concentran numerosos seguidores de anime y manga ya sea haciendo cosplay, participando en concursos, apoyando a amigos o yendo en grupos, y donde ponen en común sus gustos. Además se llevan a cabo numerosas actividades como juegos de mesa, proyecciones de películas o series, talleres sobre cultura japonesa, torneos de videojuegos, entre otros (Balderrama y Pérez, 2009: 33-37). Taylor añade que también se pueden encontrar stands o pequeñas zonas donde las tiendas ponen en venta toda su mercancía relacionada con manga y anime (llaveros, carpetas, posters, postales, peluches, figuras, discos, accesorios, revistas, etc), muchos de estos productos son comprados aquí debido al precio tan elevado que presentan en Internet, por motivos de aduanas o barreras del lenguaje (Taylor, 2005: 18). Balderrama y Pérez señalan que todo esto no sería posible sin la ayuda de Internet, gracias a ello es mayor la cantidad de personas que pueden saber la existencia de este tipo de eventos, incluso el poder comprar las entradas; la difusión a través de televisión o radio es usualmente inexistente. La primera

convención fue en el Comic Market de Tokio en los años 80 (Balderrama y Pérez, 2009: 33-37, 38).

-Al aire libre: según Lamerichs, muchos de los **cosplayers** u **otakus** se reúnen en parques del distrito de Harajuku (Tokio) para poner en prácticas sus representaciones o charlar y compartir experiencias (Lamerichs, 2011: 5). García añade que los **visual kei** suelen frecuentar la zona, concretamente el puente que pasa por las vías del tren en la estación (García, 2012: 11). También podemos encontrar a **decora** o **gyaru** mostrando sus lindos vestuarios desde los años 90 como señala Rose (Rose, 2018: 1). Según cuenta García, Shibuya (Tokio) se ha convertido en un gran núcleo para dichas tribus, además de que en la ciudad se ubica el gran centro comercial Shibuya 109, en el que a lo largo de sus numerosas plantas podemos encontrar muchas tiendas de diversos estilos (García, 2012: 9). El boom de la zona comenzó a partir de los años 70 como explica Atsumi Nakao en su estudio, con la aparición de numerosas tiendas: con el tiempo el lugar fue perdiendo su importancia, pero actualmente gracias a las redes sociales y revistas está volviendo el éxito (Nakao, 2016: 17-18). Keliyan también habla de Harajuku y Shinjuku como un lugar en el que se expone la diferencia y la singularidad de las tribus urbanas. Añade Akihabara como lugar frecuentado por los **otaku** (Keliyan, 2011: 107). Menkes menciona a Shinjuku y Akihabara como zonas donde los **otaku** pueden pasar tiempo comprando en tiendas especializadas (Menkes, 2012: 55). Hashimoto señala también Akihabara como distrito donde se reúnen desde los años 90 (Hashimoto, 2007: 89). Dela Pena ve en Akihabara un gran centro de convergencia otaku. (Dela Pena, 2006: 1). Welin igualmente habla de Akihabara como la Meca de la cultura otaku a partir de los 90, además de Shinjuku (Welin, 2013: 22). Para Tsutsui, Akihabara se ha convertido en un destino principal para los otakus (Tsutsui, 2008: 16). En Yoyogi Park del mismo modo se suele concentrar la actividad de los jóvenes (Nakao, 2016: 13). Amelia Groom de acuerdo a los anteriores autores, habla en su obra sobre dichas zonas y también añade la zona de Takenoko-zoku donde los jóvenes muestran sus conjuntos y Omotesandô con numerosas tiendas y boutiques (Groom, 2011: 191, 206). Terasa Younker describe a Harajuku como el centro donde lolitas pueden interactuar y expresarse libremente (Younker, 2015: 97). Onohara ve a Harajuku

como el lugar donde se puede expresar el espíritu de cada estilo, además de relacionarse y realizar compras (Onohara, 2011: 32). Para Hamilton, Shibuya y Harajuku son las fuentes de expresión para los jóvenes (Hamilton, 2012: 91). Adamowicz realiza un estudio sobre Harajuku explicando cómo se ha convertido en un distrito clave para varias tribus (Adamowicz, 2015: 8-9). Cecilia Isabel Sanz añade las salas de concierto o programas de televisión que son frecuentados por la tribu **visual kei** (Sanz, 2016: 5). Yozet López también señala dichos lugares como medio de interacción entre los miembros, incluso reuniones en parques o cafeterías (López, 2017: 12, 15).

3.3. Problemas y controversias. Representaciones mediáticas y conflictividad social

También se da un enfoque a la relación existente entre las representaciones sociales sobre estos grupos, la imagen mediática y la conflictividad social. Por ejemplo, artistas de manga veteranos no pudieron exponer sus trabajos libremente hasta ya entrados los años 90, todo ello debido a estrictas medidas impuestas por el gobierno japonés (Sullivan, 2005: 66). Joseph Dela Pena también explica cómo la subcultura recibe constantes críticas por parte de la sociedad que los considera peligrosos e inútiles (Dela Pena, 2006: 1). Según Hashimoto, se crearon varios conceptos y ensayos en los que estudiaban a dicho grupo desde los años 80, lo que hizo que se creasen estereotipos y fueran víctimas de actos discriminatorios. A partir de los 90 se reconoce el término el cual en su acepción no presenta tantos rasgos peyorativos (Hashimoto, 2007: 88-89). Además Gómez Aragón añade que el grupo no se queda con los brazos cruzados y deciden luchar por un reconocimiento como neotribu o tribu del mundo contemporáneo, por un reconocimiento como grupo social. Para ello elaboran eslóganes y mensajes fáciles de aprender para darse a conocer poco a poco como el lema “el manga no es peligroso, la ignorancia sí”. El autor añade que gracias a estas ideas creativas y a que a partir de los años 80-90 se empezó a introducir una mayor cantidad de dibujos animados y anime en la televisión, poco a poco la imagen de los **otakus** ha ido floreciendo en la sociedad. Recalca que no hay que olvidar que en dichos años, Japón pasó de ser un país irrelevante a tener un papel importante en la economía a nivel mundial, convirtiéndose en una potencia económica, por lo que todo lo que venga de él será acogido en

Occidente con gran expectación, como es el caso de lo audiovisual (Gómez, 2012: 4-5, 7-8). Sergio Pérez Torres amplía el tema en cuestión comentando que al expandirse el fenómeno a nivel mundial, el término pierde esa connotación peyorativa, y ya entrado el año 2000, acaba disminuyendo la visión que se tenía del **otaku** y se opta por la de una persona consumista y compulsiva que no tiene éxito en el amor (Pérez, 2015: 23). También Sullivan justifica que se le atribuye una imagen de persona individualista, que con la ayuda del anime y del manga hace que se sienta identificado con los personajes o la trama, incluso se puede dar el caso de que muchos desean tener una apariencia occidental tales como las que se muestran en las animaciones, por lo que están dispuestos a someterse a operaciones de estética y conseguir ser más parecidos. Aunque por otra parte existe un sentimiento de inferioridad japonesa, ya que piensan en Occidente como el gran poder que todo lo controla, un modelo a seguir. En cambio, otros no se consideran como el bando perdedor, sino como uno neutro que recibe influencias del exterior y las adopta a su forma de vida satisfactoriamente y sin problema alguno (Sullivan, J, 2005: 35, 49-51).

Sin embargo, en entrevistas realizadas por Balderrama y Pérez, muchos de ellos al preguntarles por el mundo **otaku** o simplemente al oír dicha palabra se les cambia la cara. En Japón sigue sin estar bien visto el pertenecer a dicho grupo, aceptan el hecho de que alguien sea parte de ello pero intentan evitar a dichas personas educadamente. Incluso si a un japonés le gusta mucho algo, intenta no llamarse a sí mismo **otaku** como tal. Muchos jóvenes que se consideran **otaku** no ven el concepto tan negativamente, piensan que mientras uno mismo sepa diferenciar entre realidad y ficción, controlar sus actitudes y que lo que le guste no llegue a ser algo que le perjudique, no tiene porqué haber algún problema en ello. Pero normalmente la persona **otaku** puede llegar a tales niveles de evadirse de la realidad y los problemas que conlleva mediante el mundo del manga y el anime (Balderrama y Pérez, 2009: 27).

Asimismo añadir, como habla Sullivan en su obra, el caso de Tsutomu Miyazaki que ocurrió en torno a los años 88 y 89, o el también llamado “El Asesino de la Niña Pequeña”. Este hombre fue un mangaka otaku que cometió numerosos crímenes como abusos sexuales y asesinatos a cuatro niñas de entre cuatro y siete años de edad. A la hora de investigar el caso en profundidad, hacer las autopsias e investigar su hogar, se

encontraron grandes colecciones de figuras de personajes femeninos, además de conocer que apenas tenía contacto con el mundo exterior ni tampoco creció con un modelo tradicional de familia japonesa. Por lo que se pasó a tener un concepto erróneo del mundo **otaku**, y es por ello que la población sigue con un cierto sentimiento de miedo hacia las personas **otaku** (Sullivan, 2005: 67-68). Miyuki Hashimoto también describe dicho suceso como una razón por la cual la subcultura es mirada de forma despectiva (Hashimoto, 2007: 88). Dela Pena incluye el mismo caso en su obra (Dela Pena, 2006: 20). También Azuma en su estudio sobre los **otaku** (Azuma, 2009: 35). Al igual que Tsutsui en su artículo (Tsutsui, 2008: 14). Y Andreas Welin señala dicho suceso y un caso producido en Akihabara en el año 2008 (Welin, 2013: 9). Keliyan en su obra intenta eliminar cierto sentimiento de miedo hacia la tribu o subcultura con la explicación de la película japonesa *Densha otoko* (電車男) (El hombre del tren), argumenta cómo estos jóvenes no son peores que otras personas, y que incluso presentan valores de compasión y solidaridad (Keliyan, 2011: 104). Joseph Dela Pena también comenta dicha película y desde su punto de vista, dicho veto y discriminación está cambiando poco a poco, debido al aumento del número de miembros (Dela Pena, 2006: 1, 12). Renato Rivera menciona la película en su estudio sobre la evolución de los **otakus**, remarcando como ha ayudado a limpiar un poco la imagen negativa de la subcultura, incluyendo al arte como otra forma de conseguir la aceptación (Rivera, 2014: 196, 199). Welin también la pone de ejemplo para señalar cómo la acogida de la subcultura en la sociedad y en los medios de comunicación ha ido cambiando, añade que muchos de los protagonistas no están de acuerdo porque no se muestra la verdadera imagen de la tribu, sino que los presenta como personajes inmaduros (Welin, 2013: 9). William Tsutsui señala la aceptación que se está produciendo en torno a la subcultura ayudándose también de la película como anteriores autores (Tsutsui, 2008: 16). Ulrich Heinze y Penelope Thomas utilizan la misma película para explicar cómo la industria ha ido cambiando el concepto de la tribu según su parecer (Heinze y Thomas, 2014: 154).

El mismo autor también pone de ejemplo el caso de Sakakibara por el cual la tribu recibió tanto odio al igual que los **otaku** (Dela Pena, 2006: 19-20). Michael Dzieszinski del mismo modo indica varios sucesos cometidos por hikikomori, por lo que la sociedad atemorizada comenzó a rechazarlos (Dzieszinski, 2003: 26). La autora Viktoriia Shuryhina asimismo explica como los crímenes producidos hicieron que los medios de

comunicación tuviesen más en cuenta al grupo (Viktoriia Shuryhina, 2015: 5-6). Dichos medios, según Ulrich Heinze y Penelope Thomas, presentaban al grupo como personas inservibles que no aportaban nada a la sociedad, además de relacionarlos con los casos de asesinatos que involucraban a **otakus** (Heinze y Thomas, 2014: 158). Por parte de las personas que realizan **cosplay**, Taylor explica como constantemente están recibiendo críticas por tener dichos gustos que no contribuyen nada productivo para el adelanto de la sociedad, por derrochar tales cantidades de dinero en algo que no merece la pena. Todo ello por la cuestión tratada anteriormente de que si no es una actividad reconocida y con valor, no tiene lugar en la sociedad, por lo tanto no será reconocida. Pero los miembros de la tribu no se quedan parados, muchos realizan actividades relacionadas con el mundo del arte para difundir poco a poco la cultura y la idea de que dicho hobby no es un mero pasatiempo (Taylor, 2005: 43-44). Forsberg encuentra relación entre los **otakus** y los **hikikomori** debido a los problemas que ambos presentan y por el consumo de material audiovisual (Forsberg, 2012: 8).

Para el caso de los **bosozoku** se produce una cierta similitud ya que se asoció a la tribu rasgos como la violencia, las peleas y la personalización de vehículos, concretamente de motos y coches (Pérez, 2015: 13). El descontento de la sociedad se puede apreciar con la invención de términos como kaminari-zoku (雷族) (tribu del trueno) o thrill-zoku (tribu de la emoción) , entre otros como explica Sato (Sato, 1982: 79). Riessland añade que en los documentos anuales de la Agencia Nacional de Policía aparece el concepto de bosozoku para categorizar a los grupos de motoristas, en su mayoría de adolescentes que cometen actos problemáticos y rompen la armonía del país con incumplimientos de las leyes de tráfico, poniendo en peligro la seguridad de las personas. Fuera del mundo legal, lo que destaca el concepto son los actos de amenazas, violencia y abusos (Riessland, 2013: 203). El profesor Andreas Riessland se encontró en su investigación sobre la subcultura con un sentimiento de odio y ansiedad por parte de los japoneses, además de que muchos compartían la opinión de que no deberían formar parte de la sociedad por cometer actos vandálicos y de carácter criminal. Pero lo que le resultó de gran asombro a este autor es que ninguno de los encuestados vivieron alguna experiencia con ellos de primera mano (Riessland, 2013: 201). Como cuenta Sato, las motos llegaron a Japón por el año 50, pero debido a su elevado precio apenas se compraban y no se creaban grupos en sí, lo que hacían eran pequeñas convenciones en

lugares concretos para poner en práctica la conducción de los vehículos. Existieron casos en los que se cometieron pequeñas faltas y violaciones de tráfico pero que no causaban grandes problemas al fin y al cabo (Sato, 1982: 65). Pérez explica que todo esto cambió a partir de los 60 y 70, cuando diseñaron modelos más asequibles y cómodos. También se empezaron a popularizar la creación de pequeñas bandas y a su vez, las carreras de velocidad ilegales entre los jóvenes, además de la realización de maniobras temerarias cuando el tráfico es concurrido (Pérez, 2015: 13). Toro señala que al cumplir los 18 años, se deben “graduar” y conducir un coche aunque no tenga aún la licencia para ello. Y a los 20 es cuando se suele dejar la banda, porque se la considera “cosas de niños” y si tienen problemas con la justicia esto podría ser perjudicial para el futuro (Toro, 2016). A partir de los años 80 y 90, el número de miembros y de bandas ha ido en decrecimiento debido a la multitud de persecuciones policiales y de graves accidentes ocasionados por las bandas (Pérez, 2015: 14). La policía registró, en 1982, alrededor de 754 grupos compuestos por unos 42.510 miembros (Riessland, 2013: 204). Aunque curiosamente, Pérez señala que las pocas bandas que aún siguen en pie a día de hoy es gracias a las chicas jóvenes, ya que decidieron luchar por su subcultura y sus rasgos característicos. Para ello deciden decorar sus coches con colores llamativos, accesorios brillantes, pegatinas, entre otros (Pérez, 2015: 14). Ya en 2011, el número de integrantes que componían los **bosozone** habían disminuido en cerca de 10.000 personas, por lo que poco a poco se ha ido tratando a dicho grupo como un tema del pasado. Gracias a los estudios de Andreas Riessland se sabe con certeza que a día de hoy existen alrededor de 20 DVDs lanzados en Japón sobre los **bosozone**, suelen contener testimonios sobre algunos miembros, entrevistas, fotos y vídeos nunca vistos, etc. Lo que puntualiza el autor es que todos estos materiales lanzados presentan un pequeño toque de idealización y de violencia, mostrando la historia y los valores de la subcultura desde el punto de vista de ellos (Riessland, 2013: 204, 209-210).

Para las **gyaru** ocurre una situación parecida, presenta una fuerte oposición por parte de los adultos ya que en el carácter del grupo no predomina un sentimiento de ayuda hacia la sociedad, al revés, como nos cuenta Pérez, nos encontramos con un mensaje de vive el momento como si fuera el último día. En Japón el grupo no está bien visto debido a su carácter grosero, su falta de educación y tono de voz elevado, también por su forma de sentarse en la calle o de cambiar a su gusto el lenguaje (Pérez, 2015: 29). Keliyan

explica cómo las **gyaru** a pesar de venir de familias de alto poder adquisitivo, no son aceptadas debido a su estilo de vida (Keliyan, 2011: 101). Además García añade que por el alto nivel de consumismo por parte de dicha comunidad, parte de ellos no pueden permitirse gastar cantidades de dinero tan elevadas, por lo que al no tener la paga usual de los padres o incluso un trabajo, tienen que recurrir a las llamadas enjokosai (援助交際), que son citas concertadas o prostitución a través de páginas webs o teléfono móvil. Esto comenzó a partir de los 90 con la llegada de la crisis en el país (García, 2012: 9). Amelia Groom añade el uso del uniforme como un posible motivo por el cual sean atractivas para dichos consumidores (Groom, 2011: 202). Atsumi Nakao también trata este asunto en su estudio, explicando algunos de los compromisos en los que se veía envuelto el grupo, concretamente las chicas que tenían que actuar como si fuesen prostitutas, únicamente para conseguir algo de compensación económica (Nakao, 2016: 14).

En cuanto a los **visual kei**, Cecilia Isabel Sanz explica cómo la subcultura tuvo una gran influencia para Japón en el mundo musical, pero aun así, constantemente han sido víctimas de críticas por parte de los medios de comunicación y la sociedad, ya que piensan que los integrantes encuentran en la música y la estética un medio de refugio ante la sociedad en la que viven (Sanz, 2016: 16). La autora también destaca que a raíz de la disolución de uno de los grupos más famosos como fue X JAPAN, la tribu fue perdiendo seguidores, incluso muchos cometieron actos de suicidio, por lo que llovieron las críticas de la sociedad que empezaba a plantearse el **visual kei** como una influencia peligrosa (Sanz, 2016: 29). Daniel Fortea también destaca en su estudio la exclusión que recibió la tribu por parte de los medios de comunicación a través de comentarios peyorativos (Fortea, 2012: 83). Sanz dedica un apartado en su TFG sobre un resurgimiento del **visual kei** lleno de transformaciones tras una época llena de tempestades. Apoyada en Kashiwagi (2011, cit. en Sanz, 2016: 31)⁶¹, establece dos motivos por los cuales el cambio se produce a partir de 2004, uno es por la internacionalización y otro por cambios internos (Sanz, 2016: 31). Yozet López para

⁶¹ Kashiwagi (2011). Poppu Karuchaa Toshite No Vijuaru Kei No Rekishi [The History of Visual-Kei as Pop Culture], Chiba Keizai Daigaku Tanki Daigaku-Bu Kenkyû Kiyô, 7, 89-100 pp

complementar su trabajo de investigación, también nombra tanto a Sanz como a Kashiwagi (López, 2017: 12).

Para Groom, las mujeres que deciden introducirse en subculturas como las lolitas o las decora, que rebosan inocencia y dulzura, suelen ser acusadas por la sociedad de incitar al sector masculino y de producir materiales con una alta carga sexual. Según Kinsella (1995, cit. en Groom, 2011: 205)⁶², muchas de las integrantes son capaces de hacer temeridades con tal de conseguir la idea que ellas quieren. Esta autora añade que en sus encuestas a adolescentes japoneses, muchos veían el mundo adulto con muchas prohibiciones, monotonía y trabajo, es por eso que deciden adoptar una actitud más infantil (Groom, 2011: 205). Como explica Pérez, existe otra controversia en el mundo occidental con la palabra lolita, muchos suelen pensar en ello como una novela escrita por Nabokov, pero esta imagen no tiene nada que ver con las lolitas japonesas. Desde que surgieron en los 70, a medida que ha pasado el tiempo el número de lolitas ha ido creciendo paulatinamente debido a fenómenos o circunstancias que han ocurrido en el país (Pérez, 2015: 18-19). Terasa Younker también señala dicha novela y el tema de que las lolitas no son un producto del mercado, sino una protesta contra el patriarcado y la estructura social. Además de que fueron rechazadas por gran parte de la sociedad ya que presentaban una actitud luchadora, la autora añade con la ayuda de sus entrevistas hacia jóvenes japoneses, que muchos de ellos tienen miedo de mostrarse tal y como son o de vestir de una forma concreta por miedo a defraudar a su familia o por el qué dirán (Younker, 2015: 97-98, 101).

3.4. Psicología más profunda, motivos de su comportamiento. El tratamiento psicologista de los movimientos juveniles

Para poder entender plenamente a la tribu **otaku** las autoras Balderrama y Pérez tienen en cuenta tres elementos: la inclinación del individuo por el manga y el anime, los grupos de aficionados con los que comparte y las apreciaciones que el otro tiene sobre

⁶² Kinsella (1995). Cuties In Japan, In Women Media and Consumption in Japan, 220-254 pp, Curzon Press, London

dicha inclinación. Y se plantean la pregunta: *¿Cómo es la elaboración del “ser” Otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno?* Según explican, la persona **otaku** en su día a día no convive únicamente con personas de su mismo grupo, sino que muchos viven en familia, con compañeros o solos, por lo que su papel en la vida no gira en torno al anime o al manga. Según Schütz (1973, cit. en Balderrama y Pérez, 2009: 140-143)⁶³, la vida de cada uno está compuesta por diversas esferas, siendo la vida cotidiana la que presenta más peso. Es por ello que la cultura **otaku** no va a poder englobar de forma completa la vida de una persona, por muy intensa que sea. Según el razonamiento de las autoras, para ser capaces de estudiar de forma completa y perfecta al colectivo **otaku** es necesario tener en cuenta no sólo a los grupos relacionados con ello, sino también a todas las personas que pasan por sus vidas, con esto será más fácil entender la visión de realidad de cada uno y su identidad. Somos lo que somos hoy día según cómo reaccionan otros a nuestras conductas. Dicha identidad irá cogiendo forma poco a poco con la ayuda del gusto por el anime y el manga y las relaciones tanto con personas del grupo como de fuera. Aclarando que el ser **otaku** no describe al individuo de forma completa. La persona **otaku** va a ir creando su imagen propia a través de la relación directa y la convivencia con personas que están fuera de su grupo, como pueden ser los familiares, los compañeros (de clase o trabajo) y otros. Aportando también algo a su imagen los colectivos que tienen relación con sus gustos. E incluso la comunidad restante como los medios de comunicación (Balderrama y Pérez, 2009: 52-53, 60-62).

Según el contacto que establece una persona **otaku** con su entorno, las autoras Lucía Balderrama y Carmen Corina Pérez establecen una distinción de tres tipos de imagen otaku como la imagen de aceptación, de rechazo y de desconocimiento, y dentro de éstas hay pequeñas categorías: *otaku aceptado*, *otaku difusor* y *otaku independiente* para el primer tipo, *otaku raro*, *otaku loco* y *otaku niño* para el segundo y *otaku doble vida* y *otaku desconocido* para el tercero (Balderrama y Pérez, 2009: 140-143).

Las autoras concluyen la distinción comentando que lamentablemente no todos los que componen a dicho grupo establecen amistades y lazos con personas que comparten sus

⁶³ Schütz (1973). Las estructuras del mundo de la vida, 1-320 pp, Amorrortu, Buenos Aires

mismas aficiones, ya sea por ejemplo por causa de timidez, problemas de ansiedad social o aceptación, necesidad de estar solo, u otros motivos (Balderrama y Pérez, 2009: 136). Hiroki Azuma acorde a las anteriores autoras, llega a la conclusión de que todos los **otaku** no viven las mismas circunstancias o pueden realizar una separación entre realidad y fantasía (Azuma, 2009: 27). William Tsutsui basándose en psicólogos llega a la conclusión de que posibles causas del comportamiento otaku sea debido a los altos estándares impuestos por la sociedad en los ámbitos escolares y familiares (Tsutsui, 2008: 15). Menkes se apoya en el psicólogo Osawa (1995, cit. en Menkes, 2012: 56)⁶⁴ para explicar el hecho de que los otaku presentan un sentimiento de vacío y malestar existencial, es por ello que muchos deciden evadirse de la realidad mediante el consumo o la recreación de algún personaje, mientras que otros establecen relaciones a través de Internet o convenciones. La autora añade, de acuerdo con Miyadai (1998, cit. en Menkes, 2012: 56)⁶⁵, el hecho de que la sociedad está cambiando hacia el punto de vista de satisfacer las necesidades propias (Menkes, 2012: 56). Miyuki Hashimoto pone en relación en su estudio el sentimiento de fetichismo dentro de los **otaku** y **visual kei**, ya que piensa que ambos grupos sienten sentimientos sexuales hacia lo que les gusta, no viéndolo como un objeto sino como un símbolo. Además de relacionarlo también con el concepto de amae (甘え) en el que se desea ser dependiente de alguien, en este caso la persona **otaku** desea depender de la madre. Al contrario que en occidente como dice el autor, ya que suele desarrollarse con el padre (Hashimoto, 2007: 90-91). Marsella, DeVos y Francis también dedican un pequeño capítulo a explicar cómo es muy importante para la madre japonesa el cuidar a su hijo y educarlo (Marsella, DeVos y Francis, 1985: 151). Dominique Menkes trata dicho tema resaltando el hecho de que las madres no vuelven al trabajo para poder dedicar todo su tiempo al niño, además añade el sentimiento de unión y grupo que se adapta al medio (Menkes, 2012: 56). Lo anterior era referido hacia un caso masculino, pero para el femenino Hashimoto también encuentra sentimientos de fetichismo, concretamente en el género yaoi (やおい), en el que se relatan historias de parejas homosexuales masculinas, los cuales las chicas pueden sentirse rápidamente identificadas, incluso en la música producida por los **visual**

⁶⁴ Osawa (1995). Denshi Media Ron (Electronic Media), Shinyou-sha

⁶⁵ Miyadai (1998). The World According to the Teenagers in Japan: The Other Side of Enjo-Kosai Compass Online, The Yearly Magazine of Student Writing in English

kei donde también los integrantes presentan rasgos andróginos (Hashimoto, 2007: 91-92).

La tribu **hikikomori**, en relación con los **otakus** y según Gómez, es un caso preocupante ya que dichas personas llegan al punto de faltar a clases o al trabajo, por lo que sus relaciones se van debilitando poco a poco. Se piensa que una de las causas es por el miedo que tienen los jóvenes a adentrarse en el mundo adulto, supone para ellos un shock el entrar en el mundo laboral, ya que se han pasado muchos años divirtiéndose (Gómez, 2012: 5). Sergio Pérez añade que desde pequeños, los niños reciben una educación muy estricta para alcanzar las notas más altas y así acceder a buenas universidades. Incluso en las escuelas se inculca el valor de la unión y de grupo para conseguir una sociedad próspera y excelente. (Pérez, 2015: 11) Otros motivos son que una familia tenga un buen sustento económico, así no todos los miembros de la familia tengan que trabajar para poder vivir. O como el modelo típico familiar es que el padre sea el que trabaje y la madre sea ama de casa, el joven al ver que la familia no pasa calamidades y que podrá ser mantenido sin dificultad deciden dejar los estudios o el trabajo. También existe el caso de que como en Japón los niños pasan mucho tiempo con la madre, se sienten protegidos gracias a ella y saben que no les faltará de nada, incluso las madres suelen ocultar que su hijo es **hikikomori** y si es hijo único aumentan las posibilidades. (Pérez, 2015: 11-12) Joseph Dela Pena explica a través de su estudio el caso contrario, muchos de ellos es por falta de atención recibida por parte de los padres, e incluso para muchas familias el tener a un **hikikomori** es vergonzoso (Dela Pena, 2006: 19-20).

Los **hikikomori**, según explica Michael Dzierzinski, deciden evadirse de la sociedad como muchas tribus debido a la aparición de problemas en su vida familiar, escolar o profesional. Para el autor el principal factor son las expectativas culturales para conseguir el éxito en la vida. Después el sistema educativo en el que deben de realizar tareas en grupo y que desde pequeños reciben, es por el cual se desarrollan sentimientos de presión o incluso acoso. Y el papel de la familia, concretando el de la madre que sobreprotege al hijo (Dzierzinski, 2003: 11, 16-18). Forsberg ve en la presión un factor importante ya que si se comete el mínimo error es algo que puede ser difícil de olvidar, añadiendo que los problemas no suelen expresarse abiertamente para no molestar al otro

(Forsberg, 2012: 9-11). Viktoriia Shuryhina expone cómo muchos investigadores piensan que las causas de su comportamiento es por la educación (ausentismo u acoso), otros lo ven relacionado con el tema económico y laboral, mientras que algunos encuentran el problema en la falta de comunicación dentro del núcleo familiar. La autora también habla al igual que Dziesinski y Hashimoto de la protección madre e hijo, explicando el término amae (甘え), que es la dependencia en los padres, igualmente encontrado en el comportamiento **otaku** (Shuryhina, 2015: 12-13, 16). Desde el punto de vista del mismo autor en otra de sus obras, indica esto como una posible causa del porqué el número de mujeres **hikikomori** suele ser menor, añadiendo que en ocasiones las mujeres hikikomori suelen aparecer por otros motivos, como la falta de atención (Dziesinski, 2004: 17, 19). Del mismo modo, Jens Forsberg expone que el comportamiento de los jóvenes es en parte enriquecido por dicha conducta maternal (Forsberg, 2012: 4). Los autores Tim Li y Paul Wong, basados en estudios realizados a las tribus **otaku** y **hikikomori**, señalan la abstinencia social como una de las causas principales de su comportamiento, pero detrás de ello hay otras razones como la familia, la escuela y la sociedad (Li y Wong, 2015: 596; 602-603). Concretamente el autor Dziesinski, con varias entrevistas realizadas ve en la tribu uno de los motivos anteriormente explicados, la vida diaria de un estudiante suele ser una rutina de levantarse para ir a clase, tomar una ducha y algún aperitivo, dormir un poco para después ser despertado por su madre y seguir estudiando hasta la hora del desayuno. Es por ello que encuentran en la vida de un **hikikomori** una vida más libre y tranquila. El problema es que muchos de ellos presentan síntomas de depresión, que en Japón no son reconocidos, por lo que el diagnóstico y la recuperación suele ser difícil de conseguir (Dziesinski, 2003: 22, 27). El mismo autor en otra de sus obras señala tres posibles causas de la conducta **hikikomori**, como es el cumplir las normas impuestas, ser exitoso en el ámbito educativo como explicó anteriormente y el papel de la familia (Dziesinski, 2004: 11). Jens Forsberg explica cómo los temas de depresión y suicidios se suelen prohibir por ser problemáticos y romper la armonía (Forsberg, 2012: 12). Según Ulrich Heinze y Penelope Thomas, el país ha ido tomando medidas de ayuda en los centros educativos y familias que lo necesiten (Heinze y Thomas, 2014: 157). Como señala Dziesinski, se produjeron casos criminales producidos por la tribu pero normalmente no suelen ser personas con un carácter conflictivo o problemas mentales, al contrario, son personas tranquilas que pretenden no molestar (Dziesinski, 2003: 28). Shuryhina,

apoyada en datos psiquiátricos, distingue dos categorías: primaria y secundaria. La primaria son aquellos que no presentan signos de problemas mentales, mientras que la secundaria son aquellos que muestran síntomas o algún desorden. Añadiendo que la idea de la tribu llega a ser muy dispar dentro del mundo académico y científico (Viktoriia Shuryhina, 2015: 7-8). Los autores Tim Li y Paul Wong también dividen a la tribu en ambos tipos para que sean investigados mejor (Li y Wong, 2015: 598). Jens Forsberg basado en Andy Furlong (2008, cit. en Forsberg, 2012: 6)⁶⁶, establece varias categorías, añadiendo que no todos los integrantes tienen que presentar dicho perfil (Forsberg, 2012: 6).

Para los que realizan **cosplay**, según Jayme Rebecca Taylor, es una forma de poder expresarse tal y como uno es, sin ser duramente juzgado, el poder ser alguien que admiras durante un día y obtener la atención de mucha gente. Por lo que al final se ve cómo todo el esfuerzo que han puesto en sus vestuarios tiene una gran recompensa (Taylor, 2005: 23-24). Lo mismo puntualizan Balderrama y Pérez, en varias entrevistas realizadas para su tesis, muchos de los testimonios dicen que al hacer cosplay sienten una gran satisfacción por conseguir todo lo que tenían pensado, además de hacer disfrutar al público que los ve. Otra razón manifestada es la ilusión de poder representar al personaje que tanto les gusta y conseguir hacerlo bien tanto física como psicológicamente, ya que no es tarea fácil (Balderrama y Pérez, 2009: 126-127).

Terasa Younker puntualiza como dicha subcultura pretende mostrar el descontento de la sociedad por el sistema patriarcal impuesto, además de conseguir de una forma evadirse de los problemas y obligaciones del mundo adulto al igual que las demás tribus urbanas japonesas. Pero los integrantes son conscientes de que el mundo de fantasía que han creado se desvanecerá algún día. Incluso puntualiza un sentimiento de nostalgia que predomina en la tribu. Otro aspecto que tiene en cuenta la autora es que las **lolitas** deciden crear un grupo que difiera de los cánones de belleza llegados desde occidente, todo ello para realizar un contraste y enfatizar los rasgos opuestos (Younker, 2015: 98, 100, 104). Desde el punto de vista de Zi Young Kang, se apoya en las teorías de

⁶⁶ Furlong (2008: 315). The Japanese hikikomori phenomenon: acute social withdrawal among young people, *The Sociological Review*, 56, 2, 1-110 pp, Blackwell Publishing Inc, Oxford Uk

Wicklund y Gollwitzer (1982, cit. en Young Kang, 2014: 4)⁶⁷ para explicar que la subcultura tiene la necesidad de buscar unos símbolos que le ayuden a construir gran parte de su identidad, además de escapar del mundo que les rodea como otros autores señalan (Young Kang, 2014: 4). Hamilton sigue la misma línea que los anteriores autores, de la misma manera ve a las lolitas como una forma de resistir a la presión de una sociedad que impone ser igual que el resto, añadiendo el tema familiar y escolar (Hamilton, 2012: 93).

En el caso de los **bosozoku**, con la ayuda de varios estudios sociales realizados sobre crímenes y delincuencia, estudios psicológicos, entre otros, los investigadores han llegado a una posible hipótesis en la que explican que algunos comportamientos que presenta el grupo pueden verse producidos por definiciones lúdicas de la situación, proporcionando significados en su día a día. Además de que el hecho de que exista una disminución del control por parte de la sociedad, hace de esta forma que sus comportamientos vayan en aumento de forma progresiva. Sato añade que analistas y estudiosos sobre el tema se han mantenido con la idea de que el deseo de la delincuencia y los crímenes se van creando desde la infancia, con la formación de pequeñas pandillas. Además de que un simple juego que empezó teniendo la finalidad de diversión, se fue convirtiendo poco a poco en algo más grave y peligroso (Sato, 1982: 64). En Japón, dentro del mundo de la literatura y los medios de comunicación se comenzó a popularizar un término llamado asobigata-hiko, refiriéndose a los pequeños actos criminales que tienen su inicio en un juego infantil (Sato, 1982: 64-65). Apoyándose en el padre de la sociología Emile Durkheim (1951, cit. en Sato, 1982, 70)⁶⁸ y sus estudios sobre suicidios, el hombre comete gran parte de sus acciones debido a una actitud protagonizada por la obsesión, pero el comportamiento infantil y de entretenimiento del que habla Sato poco tiene que ver (Sato, 1982: 70). Para Dolores Martínez, que realiza una crítica a Sato ya que está en desacuerdo con él, el juego es una posible causa del comportamiento **bosozoku**, lo que añade la autora es que no se trata de la única, ya que existen múltiples factores a tener en cuenta como por ejemplo los cambios producidos

⁶⁷ Wicklund y Gollwitzer (1982: 9). Symbolic Self-completion, Basic and Applied Social Psychology, 2, 89-114 pp, Lawrence Erlbaum, Hillsdale

⁶⁸ Durkheim (1951). Suicide, The Free Press, New York

en el sistema educativo, laboral y familiar, la expansión de los medios de comunicación o la tecnología. La autora indica la conducta como una negación a aceptar la identidad y el control social impuesto. (Martínez, 1998: 57-58, 60).

Ikuya Sato ha realizado varias investigaciones sobre criminología para instituciones japonesas, teniendo la gran suerte de poder tener acceso y entrevistar a varios miembros de tribus **bosozoku** y con ello, poder adentrarse un poco más en sus vidas y pensamientos. Gracias a dichos profundos estudios ha destacado dos características que se deberían de tener en cuenta a la hora de realizar investigaciones sobre los **bosozoku**. Una de ellas es que la tribu experimenta una serie de comportamientos criminales y de carácter delinuido sin existir motivo que los incite a hacerlos, simplemente por el mero hecho de conseguir diversión como anteriormente se ha comentado con los asobigatahiko. Otro aspecto que se debe de prestar atención es a la edad, Ikuya Sato establece una franja que comprende desde los 16 hasta los 19 años, ya que a partir de los 20 se produce un cambio hacia la madurez por alcanzar la edad adulta de acuerdo al sistema japonés. Pero esto no es totalmente cierto, ya que no todos los jóvenes con esas edades experimentan una madurez de forma tan repentina. Y estas dos características expuestas suelen ser tener relación entre sí, creando la llamada “*relación curvilínea*”, denominada así por varios expertos en criminología, en la que se refleja tanto la edad de la persona como los actos de delincuencia cometidos (Sato, 1982: 66, 70). Expertos en el campo de la psicología establecen tres razones fundamentales que dan explicación a los comportamientos de delincuencia de la tribu en cuestión: modelos sociales anormales, modelos estresantes y modelos de control social. Según Miller (1958, cit. en Sato, 1982: 67)⁶⁹, los comportamientos que presentan tienen su motivo en la no aceptación de patrones culturales. Por parte de Durkheim (1951, cit. en Sato, 1982: 67)⁷⁰, Thrasher (1927, cit. en Sato, 1982, 67)⁷¹ o Hirshi (1969, cit. en Sato, 1982: 67)⁷², basan su explicación teniendo en cuenta el equilibrio que existe entre los motivos que les llevan a cometer delincuencia y las restricciones de control social. Pero estas tres razones serán

⁶⁹ Miller (1958). Lower-class culture as a generating milieu of gang delinquency, *Journal of Social Issues*, 15, 5-19 pp

⁷⁰ Durkheim (1951). *Suicide*, The Free Press, New York

⁷¹ Thrasher (1927). *The gang*, University of Chicago Press, Chicago

⁷² Hirshi (1969). *Causes of delinquency*, University of California Press, Berkeley, California

cuestionadas por Kornhauser (1978, cit. en Sato, 1982, 67)⁷³ ya que las cuestiones que se tratan y las hipótesis encontradas son contradictorias entre sí. Por lo que la teoría que presentó Cohen (1955, cit. en Sato, 1982: 67)⁷⁴ será igualmente refutada (Sato, 1982: 67). Los estudios realizados por Kornhauser (1978, cit. en Sato, 1982: 67)⁷⁵ señalan que los modelos de control social cuentan con un mayor peso y validez, siendo éstos a su vez los más convincentes y similares a las características expuestas por Ikuya Sato anteriormente. Mientras que los modelos anormales o estresantes hacen hincapié en la cuestión de los deseos y necesidades del grupo, pero que de acuerdo a numerosos estudios, dichos factores no llegan a tener grandes influencias en el comportamiento de los **bosozoku** (Sato, 1982: 67).

Desde el punto de vista de Ikuya Sato, partidario de los modelos de control social, explica cómo es imposible conseguir una sociedad completamente estructurada y a su vez grupos de subculturas autónomas. Aunque no puedan alcanzar la autonomía completa, pero que gracias a la aparición de subgrupos, se consiguen adelantos e implicación en organismos económicos y políticos, importantes papeles en los mercados, etc. Además explica cómo la cultura social y las subculturas presentan muchos puntos en común, teniendo como uno de los motivos las condiciones humanas universales. Una de las razones por las cuales los subgrupos no pueden conseguir la autonomía, es debido a que cada uno presenta unos rasgos y comportamientos que de acuerdo a las leyes pueden no estar permitidos o ser opuestos (Sato, 1982: 68). De acuerdo a sociólogos de la escuela de Chicago como Shaw y McKay (1938, cit. en Sato, 1982: 71)⁷⁶, Thrasher (1927, cit. en Sato, 1982: 71)⁷⁷ o Tannenbaum (1938, cit. en Sato, 1982: 71)⁷⁸, establecen una diferencia entre la delincuencia en sí y entre la delincuencia como un juego de niños. Los actos criminales se convierten en algo más que juegos cuando lo convierten en su forma de vida y en un método de obtener beneficios. Sin embargo,

⁷³ Kornhauser (1978). *Social sources of delinquency*, University of Chicago Press, Chicago

⁷⁴ Cohen (1955). *Delinquent boys*, The Free Press, New York

⁷⁵ Kornhauser (1978). *Social sources of delinquency*, University of Chicago Press, Chicago

⁷⁶ Shaw y McKay (1938). *Brothers in crime*, University of Chicago Press, Chicago

⁷⁷ Thrasher (1927). *The gang*, University of Chicago Press, New York

⁷⁸ Tannenbaum (1938). *Crime and Community*, McGraw-Hill, New York

autores como Matza y Sykes (1961, cit. en Sato, 1982: 71)⁷⁹ encuentran que dichos comportamientos tienen relación como un modo de ocio (Sato, 1982: 71). Encontrar la fuente o el foco del que parte dicha actitud difiere según los autores y expertos sobre el tema, algunos establecen diferencias entre las acciones de entretenimiento y de criminalidad y que son posibles episodios en sus vidas, otros encuentran relación a un sentimiento de fidelidad grupal, o incluso la carencia de atención o educación por parte de la comunidad o de los familiares. Además que encontrar a un único tipo de **bosozoku** llega a ser una tarea imposible, ya que cada individuo proviene de un lugar, cuenta con características diversas e intereses muy divergentes. Con la ayuda de varios estudios se puede percibir el sentimiento de recelo y de desconfianza que presenta la comunidad japonesa frente a los **bosozoku**, pero no por ello significa que ellos merezcan el recibimiento de dicho trato. A pesar de tener a gran parte de la población en contra, han sabido construir poco a poco su propia identidad, contando con la ayuda de algunos medios de comunicación y luchando contra aquellos que esparcen conceptos y rasgos falsos.

El comportamiento de los **visual kei**, según la autora Yozet López, está influenciado en gran medida por la música, ya que a través de ella pueden ser capaces de ver la vida con otra perspectiva, ayudándoles a entender su entorno y los problemas que presenta el día a día. Sacando como conclusión que muchos jóvenes deciden introducirse en dicha tribu para poder sentirse valorados y resaltar en la sociedad (López, 2017: 16-17). Daniel Fortea en su estudio sobre **visual kei** explica cómo se produce un cambio generacional por parte de los jóvenes que presentan unos rasgos que difieren de los de sus antepasados, además añade que él no comparte la idea de que dicho cambio aleje a estos jóvenes de la sociedad japonesa, ya que siguen conservando sus valores propios de la cultura (Fortea, 2012: 79-80). Lo que sí destaca en su conclusión es que dicha tribu ha ido consiguiendo una libertad y ruptura de valores gracias a las bandas musicales más primitivas. (Fortea, 2012: 93).

⁷⁹ Matza y Sykes (1961). Juvenile delinquency and subterranean values, A.S.R., 26, 712-719 pp

Capítulo 4. Tribus consumistas

4.1. El neoliberalismo global necesita consumidores y mercado

Desde el punto de vista de John Sullivan, la tradición ha sido un concepto que Japón siempre ha tenido muy en cuenta a la hora de llevar a la nación hacia delante, inculcando dicho valor en las vidas de sus habitantes desde que tienen uso de razón. Mantiene una sociedad de carácter feudal encabezada por un emperador, junto con la introducción de revolucionarias ideas en el mundo de la tecnología y la industria, dando lugar todo esto a una evolución e introducción en el mercado global. Es evidente el oxímoron de definir una sociedad como feudalismo hipermoderno. Pero el orientalismo no termina de abandonar las representaciones de la modernidad ilustrada. Según relata el autor, esto se ha llevado a cabo debido a la influencia extranjera que tuvo el país durante la época moderna, rompiendo en parte las barreras impuestas y el sentimiento de isla, ya que de una forma u otra les impedían el contacto con el exterior y el desarrollo como nación. Es evidente que este autor justifica y considera positivo el colonialismo mundial que Occidente impuso a Japón, como uno de los casos de aquellos procesos de dominación. La decisión de enviar a estudiantes japoneses al extranjero para que aprendiesen sobre otras culturas, tiene cierta similitud con la idea de que los **otaku** han adoptado la cultura occidental en su día a día, para impregnarse así de más bagaje cultural (Sullivan, 2005: 45-47).

Yozet López señala cómo Japón tuvo que realizar numerosos cambios para poder construir un estado industrial dedicado a la cultura, pero conservando el monopolio. Por lo que el número de empresas extranjeras que tienen acceso es mínimo, mientras que las exportaciones suelen ser al contrario (López, 2017: 28). Según Evgeny Yasin, Japón ha presentado desde sus comienzos una tradición jerárquica que con el tiempo se ha ido debilitando debido a los acuerdos internacionales de comercio (Yasin, 2007: 11). Iwabuchi señala el hecho de que el estado da una imagen de estar interesado en utilizar la cultura como medio para conseguir promoción de los sectores punteros, recompensa económica y reconocimiento de los demás países (Iwabuchi, 2010: 5). Desde el punto de vista de Marsella, DeVos y Francis, Japón ha conseguido ser un país industrializado gracias a la organización social que llevan conservando desde hace siglos, sin cambiar

el carácter nacional ni la psicología de la mayoría de japoneses, aunque la aceptación de lo extranjero no sea fácil; además realizan una comparación con la situación que presenta China (Marsella, DeVos y Francis, 1985: 42, 45). David Morley y Kevin Robins explican en uno de los capítulos de su obra la mirada hacia Japón por parte de Occidente. Cómo el país lentamente ha ido tomando aspectos extranjeros para adaptarlos a su cultura y la gran ventaja que presentan en el sector tecnológico. Piensan que Japón será el futuro, introduciendo una realidad artificial con el uso de la tecnología (Morley y Robins, 1995: 148-149; 168). Por su parte, Taylor percibe que el consumo de la cultura japonesa ha ido expandiéndose poco a poco y el público está expectante por las nuevas ideas que trae el país nipón. Los países asiáticos al observar dicha situación se ponen manos a la obra para diseñar métodos innovadores que consigan impulsar a las economías e industrias. Y puntualiza que en Occidente es donde el impacto que se ha producido ha sido mayor (Taylor, 2005: 1). Según Iwabuchi, desde hace dos décadas, la televisión y la música han conseguido una expansión considerable, es decir que han conseguido establecer relaciones con otras culturas fuera del país. Además señala el hecho de que para muchas de las producciones realizadas en Japón se hacen remakes o adaptaciones (Iwabuchi, 2010: 1). Bonnah igualmente recalca el cambio producido en el país a partir de los 90 hacia una sociedad que busca tener una de las mejores economías (Bonnah, 2012: 95). También apunta cómo en 2009 se estableció un sistema de radiodifusión a nivel global, con la finalidad de expandir la imagen del país por el mundo (Iwabuchi, 2010: 6). Como apunta Klaudia Adamowicz, la música y la moda se han convertido en aspectos imprescindibles para el consumo de los jóvenes y una forma de expresión (Adamowicz, 2015: 9).

Para Koichi Iwabuchi, la globalización no crea una homogeneización, lo que produce es una diversificación de los medios culturales en numerosas partes del mundo, puntualizando a América como la cultura más influyente por antonomasia. Además añade la diferencia entre la cultura nacional que es apreciada y la cultura global que es consumida (Iwabuchi, 2010: 3). Según Perry Hinton, a través de la globalización se consigue la disponibilidad de productos culturales por todo el mundo, añade el papel de Internet y de las redes sociales como colaboradores de la creación de numerosas comunidades de fans y de consumidores (Hinton, 2014: 54). Desde el punto de vista de Gilberto Giménez, explica cómo se produce una adaptación de lo global según las

condiciones locales de la cultura que lo acoge. Por lo que apoyándose en John Street (1977, cit. en Giménez, 2002: 35-36)⁸⁰, puntualiza el surgimiento de una unión entre ellas pero no por ello el grado de aceptación en cada lugar va a ser el mismo (Giménez, 2002: 35-36). Dolores Martínez sigue el mismo pensamiento que Giménez, cada cultura va a tomar rasgos de otras y los va a introducir en la suya (Martínez, 1998: 11).

Como explica Keliyan en un capítulo de su obra, poco a poco los jóvenes se están introduciendo en el mundo del consumo, y las empresas al darse cuenta de dicha situación deciden idear estrategias que atraigan a dicho sector de la sociedad (Keliyan, 2011: 97). El autor explica como en los años 60 y 70, los jóvenes se dedicaban a realizar protestas y manifestaciones debido al desacuerdo con el estado y deseaban un cambio. Mientras que en los años 80 y 90, los jóvenes japoneses no se sentían atraídos por algo que les gustase en concreto o por la moda que se llevase en la época, sino que se guiaban por lo que su tribu siente y transmite, y esto se ha ido transmitiendo hasta el siglo XXI (Keliyan, 2011: 97-98). Desde el punto de vista de Miyuki Hashimoto, a partir de los años 90 se produjo un gran interés por parte de los jóvenes hacia su cultura, en aspectos como la música, los videojuegos, el manga y el anime, sobre todo a nivel global gracias a la aparición de las nuevas tecnologías (Hashimoto, 2007: 87). Koichi Iwabuchi también habla de los años 90 como un impulso de los medios de comunicación e Internet (Iwabuchi, 2010: 3). Como relata Klaudia Adamowicz, la cultura japonesa y la Occidental se encuentran en el consumo como estilo de vida, articulado en la globalización y las nuevas tecnologías (Adamowicz, 2015: 10-11). Además añade que las empresas ven en las tribus urbanas un gran foco de riqueza, por lo que idean campañas, colaboraciones y estrategias para atraerlas al mercado (Adamowicz, 2015: 15). Balderrama y Pérez señalan la visión de Crewe et al (2005, cit. en Balderrama y Pérez, 2009: 50)⁸¹, que indican como los productores tienen que innovar para aprovechar el consumo juvenil. Acorde al tema, las autoras encuentran en la creación de objetos culturales el momento en el que éstos adquieren significado para un grupo (Balderrama y Pérez, 2009: 50). Peter Ackermann expone en un capítulo de su

⁸⁰ Street (1977: 72). *Politics and Popular Culture*, Temple University Press, Filadelfia

⁸¹ Crewe et al (2005). *Otaku fever? The construction of enthusiasm and the coproductions of markets*, Royal Geographical Society Conference, London

obra la aparición de los teléfonos móviles y cómo ha llegado a ser uno de los medios de comunicación más usuales entre jóvenes. En varias encuestas realizadas por el autor explica cómo muchos individuos lo ven como una forma para escapar de la soledad y encontrar libertad, mientras que otros como una falta de educación (Ackermann, 2004: 78-79).

4.2. Productos tribales y consumo global

Según William Tsutsui, otaku es un término que comenzó a utilizarse a partir de finales de los 60 y 70 (Tsutsui, 2008: 14). Desde el punto de vista de Gómez Aragón, es un término utilizado desde los años 80 en Japón, para llamar a las personas que dedican absolutamente todo su tiempo en manga (漫画) (comics japoneses) y anime (アニメ) (series animadas japonesas) que contiene un matiz negativo; mientras que en Occidente se empezó a usar para hablar de personas que simplemente les gusta el manga y el anime. Aunque no sólo están interesados en estas áreas, también son fans de videojuegos, juegos de rol, de mesa, entre muchos otros (Gómez, 2012: 60). Para Hashimoto, que se apoya en la definición dada por Akio Nakamori (1983, cit. en Hashimoto, 2007: 88)⁸², el término de otaku se comenzó a utilizar en 1983 concretamente para llamar a los fans que fueron al “Comic market” celebrado en Tokio, lo que acarrió comentarios negativos (Hashimoto, 2007: 88). García explica que dicho término viene de la palabra japonesa que se usa para referirse a la casa de otra persona, o como pronombre personal de segunda persona (García, 2012: 4). Balderrama y Pérez encuentran en muchos jóvenes el deseo de ser diferentes de otros, destacar por sus gustos y aficiones, marcar su territorio, por lo que a algunos a los que este mundo de animación les atrae, se convierten así en **otaku** (Balderrama, y Pérez, 2009:12). En las investigaciones realizadas por Andreas Welin en varios diarios japoneses, saca como conclusión que el término comenzó a utilizarse en los medios a partir de la mitad del año 1989, concretamente en el caso de Tsutomu Miyazaki (Welin, 2013: 17).

⁸² Nakamori (1983). 倅民梵親ア(七)女(火)ワ篤緯イ in ア摸磚2月(注)土イ(祝)廿1月叶痘

Dentro del grupo de los **otakus** nos podemos encontrar con una división en subcategorías elaborada por Keliyan que establece una pequeña distinción (Keliyan, 2011: 105), también el autor Héctor García la hace teniendo en cuenta el tipo de consumo al que cada uno le resulta de interés:

-*Manga otaku*: “No solo leen manga (algo que hacen la mayoría de japoneses sin ser otakus) sino que coleccionan todo tipo de material relacionado con sus series favoritas.”

-*Anime otaku*: “Parecidos a los anteriores pero se centran más en coleccionar DVD de sus series favoritas.”

-*Figure otaku*: “Coleccionan figuritas de series. Hay todo un mundo de *figure otakus*, tienen sus propias convenciones internacionales, tiendas e incluso centros comerciales enteros de figuritas en Akihabara.”

-*Pasokon otaku*: “Obsesionados con los ordenadores, tienen servidores en sus casas para montar comunidades de otakus, siempre están a la última, comprando y vendiendo en tiendas de Akihabara. Muchos de ellos también son aficionados a construir robots y a hacer montajes electrónicos.”

-*Wota*: “Otakus de idols. Son fans de las características idols, ya sean de tipo *gravure* (chicas que posan en bikini) o cantantes de las cuales coleccionan su música, DVD y libros de fotos”

-*Gemu otaku*: “Otakus de los videojuegos. Tienen todas las videoconsolas del mercado y suelen estar centrados en juegos de rol de los cuales se compran todas las guías disponibles en las librerías. Hay todo un mercado de libros de videojuegos en Japón dirigido exclusivamente a ellos.”

(García, 2012: 4)

Pérez Torres desarrolla la idea de que se puede ver cómo poco a poco la cultura **otaku** está recibiendo un pequeño hueco en la sociedad. Es por ello que surge a principios del siglo XXI una corriente influenciada por el manga y el anime llamada “Superflat” fundada por el artista Takashi Murakami. Con esto pretende mostrar una interpretación exterior de la cultura popular japonesa de la post-guerra a través de los ojos de la subcultura **otaku**. Otros de los artistas que se incluyen en el género son animadores de

anime, mangakas o directores de cine (Pérez, 2015: 11). Como relatan Balderrama y Pérez, cada vez son más personas a las que les llama la atención este mundo del anime y el manga, es por ello que está creciendo el número de concentraciones relacionadas, quedadas, eventos o convenciones (en las que además de compartir el interés por el manga y el anime, también se realizan actividades como concursos de canto, baile, cosplay, karaoke, etc.), comunidades virtuales en Internet para poner en común sus gustos y compartir experiencias. A esto se une el comercio, la producción de objetos relacionados con anime y manga (comics, revistas, DVDs, discos, merchandising, vestimenta, entre otros) que ha ido subiendo de forma exponencial, tanto las compras en tiendas como online (Balderrama, y Pérez, 2009: 12). Dichos establecimientos ven su crecimiento debido al consumo compulsivo de muchos **otaku** como explica Keliyan, además de la creación de páginas web para la compra de dichos productos y la comunicación entre los consumidores, algo que crea una especie de mundo virtual en la que la subcultura, como la llama la autora, encuentra su sitio (Keliyan, 2011: 104). Dominique Menkes se apoya en Azuma (2008, cit. en Menkes, 2012: 54)⁸³ para señalar el hecho de que los **otakus** han ido formando la cultura del internet japonesa a partir de los años 80 (Menkes, 2012: 54). El autor Renato Rivera explica cómo las obras de Takashi Murakami han colaborado a mejorar la imagen de los **otakus** y ver al arte con una finalidad comercial (Rivera, 2014: 199). Desde el punto de vista de Taylor, para que todo esto haya llegado tan lejos, ha sido en parte a la contribución de los medios de comunicación masivos como la televisión y de Internet, gracias a ellos personas de todo el mundo son capaces de acceder a materiales audiovisuales creados en Japón cada día y disfrutarlos. Incluso este mundo se hace más global con la introducción de subtítulos en diferentes idiomas, lo que permite una mayor amplitud de consumidores de todo el mundo. Con la introducción de los subtítulos se fue formando un grupo de fans cada (Taylor, 2005: 1). Sanz añade que esta situación también les ocurre a los **visual kei** que quieren escuchar música o ver programas de sus músicos favoritos. Yozet López también trata dicho tema (Sanz, 2016: 41; López, 2017: 13) Keliyan añade la introducción de la subcultura **otaku** como un perfil de consumidores más que las empresas tienen en cuenta a la hora de idear sus productos o reinventarlos, incluso

⁸³ Azuma (2008). *Génération Otaku, les Enfants de la Postmodernité*, 1-190 pp, Hachette Littérature, Paris

cuentan con la aportación de nuevas ideas por parte de consumidores destacados de entre ellos. Además se apoya en la teoría de Kitabayashi (2004, cit. en Keliyan, 2011: 105)⁸⁴ sobre las 3C: colección, creatividad y comunidad (Keliyan, 2011: 105). Welin opina cómo la subcultura está siendo más acogida por la sociedad, añadiendo al igual que Keliyan, el tema de que son un gran aporte para la economía (Welin, 2013: 37). Joseph Dela Pena añade cómo la globalización afecta tanto a Occidente como a Oriente en estos consumos, así por ejemplo los creadores de anime cada vez más tienen en mente historias que atraigan a todos los perfiles del mundo (Dela Pena, 2006: 26).

Pero no todo son buenas noticias: el anime sobretodo, ha recibido muchas críticas y restricciones cuando se decide emitirlo en las televisiones extranjeras. Por ejemplo Norte América, o sin ir más lejos España, han sido víctimas en varias ocasiones de ver animes en la televisión pero de forma incompleta, reeditados y doblados con otras voces, eliminando escenas y palabras violentas, debido a que el contenido que se mostraba no se consideraba apropiado para el público infantil. Lo que muchos no sabían es que no todos los animes están destinados a dicho público, ya que aunque traten sobre la vida diaria de un niño de 5 años, no por ello tiene que estar destinado a niños con su misma edad. Sullivan añade que con todos estos cambios que se realizan, intentando conseguir que se parezcan al producto nacional, los animes pierden una de sus funciones principales que es transmitir rasgos de la cultura japonesa, que no los vemos debido a tantas prohibiciones que se nos presentan (Sullivan, 2005: 68-69). Hinton también puntualiza este asunto del veto de muchos animes en América y Reino Unido en los años 90 (Hinton, 2014: 54). Aunque de todos estos vetos se salva el director japonés Hayao Miyazaki, creador de increíbles películas galardonadas con importantes premios, ya que la pureza e inocencia que emanan sus historias hacen que manipular alguna de ellas sea un craso error (Sullivan, 2005: 71). Por parte de revistas y cómics ocurre algo semejante, según relata Taylor, la persona que compra tales productos son menospreciados por la sociedad. Y añade que dichos consumidores no son valorados realmente, ya que poseen una capacidad de realizar críticas y revisiones sobre los artículos que muy pocos conocen (Taylor, 2005: 3).

⁸⁴ Kitabayashi (2004). The Otaku Group from a Business Perspective: Revaluation of Enthusiastic Consumers, Nomura Research Institute Ltd, Tokyo

Para que todo lo anterior quede más claro y se pueda entender mejor al colectivo y sus gustos, se pasará a realizar una explicación para ver en qué consisten ambos términos.

El manga y el anime, para Joseph Dela Pena, son productos culturales japoneses con una gran influencia en la economía tanto del país como a nivel global. (Dela Pena, 2006: 7) Desde el punto de vista de las autoras Balderrama y Pérez, se le llama anime (アニメ) a la animación creada en Japón, y el concepto tiene su origen en la palabra inglesa animation (animación). Las diferencias principales con los dibujos animados que suelen echar en televisión son que la variedad de temáticas es inmensa, podemos encontrarnos animes de todo tipo, para todos los gustos y para todos los públicos, también la mayoría de los episodios no suelen ser auto-conclusivos o con historias cortas, es todo lo contrario, esto hace que el espectador se sumerja profundamente en la trama, quiera saber más y pensar sobre posibles temas relacionados. Muchos de ellos se ambientan en Japón, mostrando numerosos aspectos de su cultura como es la gastronomía, el paisaje, el vestuario, la forma de pensar, entre otros. En cambio, otros se encuentran en el extranjero o en mundos diferentes al nuestro. También cuentan con opening (tema de apertura) y ending (tema final), que son canciones de corta duración interpretadas por cantantes japoneses y en las que se muestran a los personajes o escenas importantes de la historia. El número de episodios es variable según la historia, algunos pueden tener varias temporadas incluso (Balderrama y Pérez, 2009: 17; 21). Como nos explican las autoras, el primer dibujante de manga al que se le llama mangaka (漫画家) fue Osamu Tezuka, el cual es considerado el padre del anime y el creador de “Astroboy” en el año 1963, serie que se exportó a nivel global. Las películas creadas por Estudio Ghibli, como “El viaje de Chihiro” también obtuvieron una fama reconocida ganando numerosos premios, o “Akira” que introdujo la temática de la ciencia ficción. Incluso “Ghost in the Shell” que sirvió de inspiración para la película “Matrix” (Balderrama y Pérez, 2009: 19). También Dela Pena explica brevemente la historia del dibujante (Dela Pena, 2006: 6). Pelliteri añade que en su infancia, recibió la influencia del teatro Takarakuza, caracterizado por sus obras andróginas, por lo que intentó reproducir dicho efecto en sus obras (Pellitteri, 2018: 5). Pero muchos de estos animes no serían posible sin la creación de los manga, ya que muchos están basados en ellos. También según John Sullivan, desde sus comienzos ha sido visto como un tipo de animación extraña, tanto que en muchos países se prohíbe la reproducción de ellos por considerarlos no

aptos para diferentes públicos, en especial para el público infantil. Las razones principales suelen ser por temas de moralidad, cultura e ideologías contrapuestas (Sullivan, 2005: 43).

Para Kinsella, el manga (漫画) es mundialmente reconocido como el cómic japonés, alcanzando un peso importante en la economía del país, ya que el 35% de la producción literaria en Japón es manga (Kinsella, 1998: 300). Añadiendo el dato de Balderrama y Pérez de que todo comenzó a principios del siglo XX, en un ambiente de cambios y transformaciones entre lo tradicional y lo moderno, con representaciones sarcásticas de la sociedad aristocrática. Curiosamente tiene gran influencia norteamericana, es por ello que podemos encontrar a personajes con ojos grandes, pero para darle un toque propio se dispusieron para que los mangas se leyesen de izquierda a derecha como la lectura japonesa. Los mangakas suelen mostrar sus creaciones en revistas especializadas o bien recopilar toda la historia en volúmenes o tomos (Balderrama y Pérez, 2009: 18-21). El autor Dela Pena los considera una fuente importante para la economía y uno de los pilares fundamentales para la subcultura **otaku**, aunque no todos lo consuman (Dela Pena, 2006: 4-5). Dolores Martínez del mismo modo explica cómo se ha ido estableciendo dentro del mercado, llegando a ser un rasgo importante dentro de la cultura japonesa (Martínez, 1998: 92).

Existe una infinidad de géneros dentro de ambos que están distribuidos según la edad o el tema. Las autoras Balderrama y Pérez, señalan los siguientes que son los más populares:

-*Shojo*: "El género que se orienta al público femenino joven y que trata por lo general de historias románticas y protagonistas femeninas."

-*Shonen*: "Al igual que el shojo, pero orientado al público masculino joven, que contiene historias de acción."

-*Kodomo*: "Esta palabra en japonés significa "niño", orientado a un público infantil."

-*Mechas*: "Se tratan de historias donde los protagonistas suelen usar robots gigantes y la historia se centra en las batallas donde se hace uso de los mismos."

-*Yaoi*: "Muestra historias que versan sobre relaciones amorosas entre hombres, sin ser necesariamente explícitas."

-*Yuri*: "Muestra relaciones amorosas entre mujeres."

(Balderrama y Pérez, 2009: 22)

Siguiendo la temática relacionada con el manga y el anime surge la palabra japonesa *kosupure* (コスプレ), según Pérez proviene a su vez de las palabras inglesas *costume* (disfraz) y *play* (jugar). Por lo que dicho grupo se caracteriza por ser muy fans del manga, anime, cine o grupos de música, hasta tal punto de caracterizarse perfectamente como sus ídolos (Pérez, 2015: 12). Como se explicó en el capítulo anterior y Taylor puntualiza, se realizan convenciones para poder vivir experiencias con personas que comparten las mismas aficiones. Gracias a estas reuniones, se ha ido consiguiendo que poco a poco se realicen en numerosas zonas del mundo, por lo que la cultura japonesa se va expandiendo progresivamente, tanto en el mundo del anime y manga, como en el de los videojuegos (Taylor, 2005: 5). Lamerichs añade que, las industrias aprovechándose de esto dan pie a tiendas especializadas en artículos como pelucas, trajes y accesorios, al igual que la creación de restaurantes siguiendo las temáticas de algún anime conocido (Lamerichs, 2011: 5). Balderrama y Pérez agregan la aparición de páginas web en la que ponen en venta productos sobre **cosplay**, o también webs con contenido relacionado, ya sea información sobre eventos, nuevos animes, tutoriales o introducirse en cosplays grupales (Balderrama y Pérez, 2007: 27).

Taylor en su tesis sobre el **cosplay** introduce el término "*fans*" para describir a las personas que aparte de consumir los productos también poseen un sentimiento de interés por los textos, como mangas o revistas. Señala que cualquier persona famosa puede conseguir fans, pero que la gran parte de los aficionados al manga y anime poseen un carácter influenciado por la cultura japonesa. La autora basándose en Pierre Bourdieu (1984, cit. en Taylor, 2005: 13-14)⁸⁵, explica el hecho de que existe una jerarquía de valor según los gustos que presente la sociedad. Con la visión de Brown

⁸⁵ Bourdieu (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Harvard University Press, Cambridge

(1997, cit. en Taylor, 2005: 13-14)⁸⁶ añade que dicho sistema categoriza los gustos por importancia y por clase social, por lo que los gustos de la clase alta tendrán más poder que los de las clases bajas. Pero los fanáticos de la cultura popular no están de acuerdo con dicha distribución, con el pensamiento que no tienen buen gusto y tener que aceptar un rechazo por parte de la sociedad debido a sus preferencias, por lo que desafían a la burguesía. Algo por lo que los están criticados los fans **otaku** son por poseer un pésimo gusto y ser consumidores sin sentido crítico, por no saber distinguir entre lo bueno y lo malo (Taylor, 2005: 13-14). Sin embargo, Peterson (2003, cit. en Taylor, 2005: 15)⁸⁷ comenta y valora la ardua tarea que realizan los fans ya que crean historias, diseñan sus vestimentas, adquieren la identidad de una nueva persona y buscan significados nunca explorados en conceptos muy profundos. Brown (1997, cit. en Taylor, 2005: 15)⁸⁸ da su opinión al respecto aportando que estos fanáticos ven en la cultura japonesa un medio para poder expresarse a sí mismo, además de poder crear sólidos lazos con gente y de conseguir satisfacer las necesidades.

Una tribu que poco a poco ha ido pasando fronteras son los **decora**, por lo que se pueden encontrar en otros países. En Europa varias chicas marcaron tendencia por captar a la perfección el estilo, por lo que ayudó al grupo ha conseguir más seguidores. Incluso han creado nuevas variaciones de estilos, como *rainbow decorer*, *fairydeco* o *cyber decora*. Pelliteri cuenta cómo productos y personajes lanzados por los grandes almacenes como *Tamagotchi* o *Hello Kitty* son característicos de la tribu, y con el paso del tiempo las marcas que dedican una parte de sus productos a dicha temática es cada vez mayor, incluso deciden intentar llevar su mercancía fuera del país (Pellitteri, 2018: 3-4; 6). Incluso muchos sociólogos creen que lo kawaii será un elemento determinante en el crecimiento de Japón, dedicando una mirada a las industrias por si diseñan productos de dichas características (Pellitteri, 2018: 7). Como ocurre con los **otaku** y **cosplayers**, Rose añade que se crean tiendas y boutiques tanto en Japón, como fuera del

⁸⁶ Brown (1997: 14). *Comic Book Fandom and Cultural Capital*, *Journal of Popular Culture*, 30, 4, 13-32
pp

⁸⁷ Peterson (2003: 155). *Anthropology and Mass Communication: Media and Myth in the New Millenium*, Berghahn Books, New York

⁸⁸ Brown (1997: 13). *Comic Book Fandom and Cultural Capital*, *Journal of Popular Culture*, 30, 4, 13-32
pp

país en la que venden productos relacionados con el estilo **lolita** y **decora** (Rose, 2018: 12). También la tribu o subcultura **gyaru**, en las últimas décadas, como relata García, llegó a convertirse en una de las tribus urbanas japonesas más importantes y conocidas. Es por ello que encontraron su hueco, cada vez más grande, en la sociedad, por lo que se establecieron en las ciudades japonesas lugares especializados en la ropa que les gusta, clubs, tiendas, etc. (García, 2012: 9). Concretamente como explica Atsumi Nakao en su estudio sobre la ciudad de Harajuku, como anteriormente se ha dicho, aquí es donde se suele desarrollar la vida de las **gyaru**, a partir de los años 70 se fueron construyendo nuevos edificios y tiendas que llamaron la atención a gran parte de la comunidad juvenil. Debido a Takenoko-zoku, el centro de Harajuku se trasladó de Omotesando a las calles de Takeshita, por lo que en los años siguientes los comercios se fueron agrupando en dicha zona. La cantante japonesa Shinohara Tomoe se volvió popular poco a poco debido al estilo de ropa que llevaba en sus actuaciones, por lo que fue el foco de atención para muchos jóvenes (Nakao, 2016: 13-15). Pero con la llegada del nuevo milenio Harajuku fue decayendo poco a poco, la autora basándose en los estudios de Izumi (2008, cit. en Nakao, 2016: 16-17)⁸⁹ y Masuda (2013, cit. en Nakao, 2016: 16-17)⁹⁰, describe el cambio que se ha producido en el distrito debido a la aparición de nuevas modas y tiendas como “*UNIQLO*”, además del capitalismo y la crisis global. Comparte la opinión de Zukin (1993, cit. en Nakao, 2016: 16-17)⁹¹, en la que cuando un paisaje urbano ha madurado, es normal que se vaya produciendo un deterioro con el tiempo. Pero el distrito no se ha rendido y como explica, se crea en el año 1998 la revista de moda “*KERA*” para recoger las últimas tendencias y estilos, conteniendo a su vez gran cantidad de fotos en las calles de Harajuku (Nakao, 2016: 16-17). Maya Keliyan explica la pasión que tiene la subcultura de las **kogyaru** en seguir las últimas tendencias en moda, puntualizando la idea de la renovación como un aspecto importante a la hora de hablar sobre consumo. Es decir, mientras que a finales del siglo XX, dedicaban parte de su consumo a un maquillaje oscuro, en los últimos años han pasado a uno con tonos más brillantes, pero dicho estilo ha ido perdiendo seguidores con el paso de los años y por la llegada de nuevas tendencias. Añade al igual que Nakao, la

⁸⁹ Izumi (2008: 80). *Cosmetic Era: Contemporary Cultural Theory of “Playing myself”*, Keishousha

⁹⁰ Masuda (2013). *Dokidoki Perfect Book*, Takarajima Sha

⁹¹ Zukin (1993). *Landscapes of power: from Detroit to Disney World*, University of California Press

creación de revistas de moda como “SOS”, “Tokyo Style News”, “Cawaii”, dedicadas exclusivamente a un público femenino y en la que las modelos presentan rasgos **gyaru** (Keliyan, 2011: 99-100; 102). Miller también habla sobre las revistas y el cambio que se produjo en Japón a partir de los 90, a mitad de los años 60 las madres y las hijas solían consumir el mismo tipo de revista, pero con el paso del tiempo y la introducción de nuevas modas, la autora habla de la creación de una independencia en cuanto a lecturas. También añade el boom que se produjo en el año 1994 por unos zapatos de plataforma calzados por la cantante Amuro Namie, aportando a la economía grandes cantidades de dinero (Miller, 2004: 88-89). Como apunta Groom, las revistas con el tiempo han ido dejando que los jóvenes puedan expresarse a través de sus estilos a la hora de vestir y de sus propias creaciones, incluso la revista “FRUiTS” incluye publicaciones especialmente dedicadas a los consumidores masculinos. Añadiendo el dato de Kinsella (2000, cit. en Groom, 2011: 194, 199)⁹², el cual revistas de los 90 invitaron a jóvenes adolescentes para que visitaran las editoriales de moda, o contrataron a jóvenes para trabajar en sus empresas (Groom, 2011: 194, 199). Onohara también habla sobre dicha revista como un medio de transmisión de la moda de las subculturas, como las denomina la autora. (Onohara, 2011: 39). Groom añade el estudio de Yuniya Kawamura (2006, cit. en Groom, 2011: 195)⁹³ en el que describe la relación que existe entre consumidor y productor en Harajuku. Concretamente, la mayoría de las tiendas eran lideradas por personas jóvenes y artistas, también en los grandes almacenes Shibuya 109 (Groom, 2011: 195). Un aspecto innovador que explica Keliyan en su obra es la aparición de una comunidad online en el año 2005 dedicada al mundo de las **gyaru**, en ella pueden compartir experiencias y consejos sobre moda (Keliyan, 2011: 102). Destaca los almacenes Shibuya 109, como nos cuenta la autora y también Groom, es el sueño de toda **gyaru** el trabajar allí (Keliyan, 2011: 107). Añadiendo que la tribu ha sido un gran aporte económico para Japón incluso en épocas de crisis económica, consiguiendo influenciar a un gran número de jóvenes a través de nuevas ideas (Keliyan, 2011: 102). Por último Keliyan puntualiza el hecho de que la subcultura ha conseguido

⁹² Kinsella (2000: 232). What’s Behind the Fetishism of Japanese School Uniforms?, Fashion Theory, 6, 2, 215-238 pp

⁹³ Kawamura (2006). Japanese Teens as Producers of Street Fashion, Current Sociology, 54, 5, 784-801 pp

su fama en gran medida por los valores que presenta el país, la idea de aceptación al cambio y a la innovación, incluso el verla como una forma de hacer avanzar económicamente al país con la ayuda de la industria de la moda (Keliyan, 2011: 103).

Según Zi Young Kang, la subcultura **lolita** comenzó a surgir en los 80 debido a un sentimiento de nostalgia (Young Kang, 2014: 2). Onohara explica la aparición en los años 80 como un grupo que mezcla la dulzura y el sentimiento de independencia a la vez (Onohara, 2011: 36). La subcultura según explica Miller, pueden encontrar la vestimenta y accesorios acorde a su estilo en tiendas como “*Moi-meme-moite*” (Miller, 2004: 90). Monden explica la influencia que ha tenido el **visual kei** en las **lolitas** con la aparición de esta tienda (Monden, 2008: 24). Groom también menciona dicha tienda ya que explica cómo Mana-Sama, su creador, es uno de los chicos más famosos con estilo lolita (Groom, 2011: 200). La autora Adamowicz también habla sobre él en su obra y sobre varias tiendas dedicadas al estilo de la subcultura. También añade el cómo tiendas que sólo estaban en Harajuku, poco a poco han ido estableciéndose en más zonas (Adamowicz, 2015: 10 14, 16). Younker señala las tiendas “*Angelic Pretty*” y “*Atelier Pierrot*” que están especializadas en la moda de las **lolitas** y el predominio de lo *kawaii*. Pero opina que la ropa creada presenta un precio muy elevado por los materiales usados, lo que hace difícil mantener dicho estilo (Younker, 2015: 97, 99, 105). Para Pérez, este grupo allá donde fuera marcaba tendencia, y actualmente la popularidad es notable, ya que se han creado revistas especializadas, webs con ropa del estilo, además de que se han sobrepasado fronteras y en el Occidente cultural existen numerosas comunidades de **lolitas** (Pérez, 2015: 18-19). Young Kang explica cómo la subcultura ha conseguido salir fuera del país a través de webs que venden productos a nivel global y foros (Young Kang, 2014: 9). También Hamilton habla sobre el impacto que ha tenido la tribu o subcultura y su estilo por todo el mundo, gracias a los medios de comunicación y la tecnología (Hamilton, 2012: 92). Desde el punto de vista de Masafumi Monden, explica cómo el estilo lolita ha sido influenciado en gran medida por Occidente, ya que presentan aspectos rococó y renacentistas, como dice el autor, esto es algo que no se hubiese producido sin ayuda de la globalización, concretando que lo que ha ocurrido es una fusión de ambas culturas. Pero que también éstas ven el estilo *kawaii* desde perspectivas diferentes, en Japón la persona dulce suele estar más aceptada que en Occidente donde sucede lo contrario (Monden, 2008: 29-30, 34).

Como explican Agustín Gómez y Ana Melendo, actualmente, el **visual kei** sigue aumentando, en cuanto a seguidores, grupos de música y estilos posibles. Incluso el estilo pasa fronteras, pudiéndose ver el estilo visual kei por todo el mundo. Destacan la curiosa diferencia que hay entre Asia y Occidente en cuanto a la industria de la música se refiere. La forma en la que Japón tiene en cuenta la imagen en sus producciones audiovisuales y musicales refleja en cierta forma un rasgo más de su cultura en el entorno Occidental. Poco a poco se ha ido consiguiendo una cierta unión, más conocimiento y el respeto por las culturas que son distintas (Gómez y Melendo, 2010: 172). Sanz también habla sobre la creación de una industria musical y su gran actividad con la publicación de álbumes, DVDs, merchandising, la firma de grandes empresas discográficas, etc. A lo que se le une Yozet López tratando el mismo tema. (Sanz, 2016: 6; López, 2017: 12-13) Como dice Daniel Fortea, la tribu **visual kei** contribuye en la economía a través de productos relacionados con el rock (Fortea, 2012: 75). Concretamente Cecilia Isabel Sanz enfoca su Trabajo de Fin de Grado sobre **visual kei** desde el punto de vista de que primero se creó un producto industrial y después se fue formando la tribu urbana que existe hoy. Es por ello que dedica un apartado a la historia de la música popular y la occidental en Japón, en el que explica cómo la apertura del país al comercio internacional tuvo grandes influencias en la industria musical. También destaca el fenómeno idol de los años 70 y 80 y la evolución de la música que dio paso a la tribu. Describe cómo la música producida por **visual kei** presenta altibajos pero presenta momentos cumbres que dan grandes ganancias a la industria musical del rock y metal japonés. Tal es la repercusión que crean fuera de Japón que los grupos influyen en gran parte a muchas bandas de rock americano, tanto en la estética como en la música (Sanz, 2016: 6-7, 9-14). La autora explica la popularidad que presenta el **visual kei** y las bandas, ya que muchas son parte de las bandas sonoras de anuncios, animes, programas o películas desde los años 90, recalcando la importancia del anime como plataforma para dar a conocer a numerosos grupos musicales (Sanz, 2016: 29). En su apartado sobre la influencia de la subcultura y su música destaca como ha ido evolucionando el perfil del consumidor a medida que ha ido pasando el tiempo, mientras que en sus comienzos se distinguía un gran número de mujeres, poco a poco se ha ido produciendo un equilibrio en la balanza. También pone en relación la unión entre la música japonesa y la occidental, ya que habla sobre la creación de bandas Visual o con rasgos, además de la realización de conciertos de grupos japoneses fuera del país (Sanz, 2016: 35, 37).

Añade que con la llegada de Internet y las redes sociales permiten que se produzcan dichas conexiones, la creación de páginas webs donde se muestran algunos rasgos de dicha tribu urbana y donde muchos extranjeros pueden comprar productos relacionados. Al igual que la creación de revistas especializadas como contaban otros autores sobre los **otaku** o las **gyaru** (Sanz, 2016: 39-40). Yozet López se apoya en la obra de Cecilia Isabel Sanz a la hora de hablar sobre el consumo de productos de **visual kei** y los seguidores extranjeros (López, 2017: 13-14, 17-18).

Desde el punto de vista de Michael Dzierzinski, el uso de Internet es un factor importante a tener en cuenta dentro de la vida de los **hikikomori**, ya que la tecnología les hace permanecer infinidad de horas delante de un dispositivo. Además con la aparición de foros y páginas webs pueden estar en contacto los miembros de la tribu de forma activa (Dzierzinski, 2003: 32). Viktoriia Shuryhina explica cómo los medios de comunicación comenzaron a tener más en cuenta a la tribu debido a los crímenes producidos a partir de los años 90, además de aumentar las búsquedas en Internet sobre el tema (Shuryhina, 2015: 5-6). Tim Li y Paul Wong del mismo modo identifican a las nuevas tecnologías e Internet como una forma de expresión para la tribu, donde pueden recibir el apoyo y reconocimiento que muchos carecen (Li y Wong, 2015: 603). Ulrich Heinze y Penelope Thomas dedican un apartado a hablar sobre el manga “*Welcome to the NHK*” que realiza una crítica humorística hacia la tribu **hikikomori** y **otaku** creando prototipos de personas (Heinze y Thomas, 2014: 160-161).

Conclusiones (Valoración final)

En relación a esta revisión bibliográfica se pasará a valorar si los objetivos planteados se han podido cubrir. Asimismo volver a hacernos las preguntas planteadas e hipótesis del principio de la investigación para poder dar una serie de respuestas. Como propósito principal se estableció la revisión de las producciones de ciencias sociales y humanidades en lenguas española e inglesa que tratan sobre la cultura juvenil japonesa y la concepción de “tribus urbanas”. De igual forma, ordenamos la bibliografía en relación al tratamiento de unos ejes temáticos que abordan y suelen ser comunes en el abordaje a estos movimientos juveniles, para entender en gran parte las visiones y el

imaginario compartido y/o construido que presentan los autores en sus producciones sobre estas nuevas generaciones japonesas.

En cuanto a lo abordado en el análisis expuesto, las hipótesis que fueron planteadas pueden ser contestadas llegados a este punto. A través de las producciones valoradas se pueden diferenciar diversas representaciones sobre Japón dentro del contexto de la sociedad juvenil, como por ejemplo los otaku, las gyaru o las lolitas, entre otros. Los temas y aspectos que presentan más reiteración son los que tratan sobre la creación de una identidad colectiva generacional de índole grupal. Es significativo que estas obras no planteen la cuestión de la transitoriedad, ya que establecen unos parámetros de edad pero no estudian qué pasa con los comportamientos de estas personas pasada esa edad. A nuestro juicio, este vacío contribuye a la exotización y la construcción de los particularismos de la otredad. Y actúa tanto a nivel endógeno, como a nivel exógeno en la difusión de estereotipos culturales y percepciones globalizadas sobre el Japón contemporáneo.

También se destaca una serie de funcionalidades que vienen a facilitar estas formas de organización y consumo colectivo: la posibilidad de expresar ideas subversivas o contrarias al orden establecido de forma libre; la construcción por los jóvenes de una semiótica sobre de los cuerpos del rechazo a la sociedad y el estilo de vida hegemónico; y la generación de tendencias de consumo y entornos de sociabilidad-consumo que construyen espacios propios de interacción y reconocimiento de identificación colectiva. También existe un tratamiento de tendencia psicologista que ha patologizado los comportamientos de estos jóvenes, apuntando a una serie de causas sobre la que se da cierto consenso entre buena parte de los autores: sentimiento de presión que sufren debido a las exigencias en la vida familiar, laboral y escolar; la culpabilización de la dependencia materno-filial que generan las madres (tradicionalmente denominada complejo de Edipo en la Psicología, y que los autores no mencionan explícitamente); y la estigmatización del aislamiento que además gira en torno a la relación con casos liminales delictivos y/o aterradores de impacto mediático. Una serie de factores son identificados como vehículo de representaciones e imaginarios colectivos: internet, los media y las nuevas tecnologías en las industrias culturales japonesas, de identificados

como generadores de representaciones y comportamientos colectivos de rechazo a su vez, por la cultura hegemónica o desde el patrón social dominante.

Las perspectivas de tratamiento son multidisciplinarias: la producción genera un campo temático en ciencias sociales y humanidades con estudios realizados por sociólogos, antropólogos, politólogos, comunicadores, psicólogos sociales, periodistas de moda y tendencias, entre otros. Pero también una parte importante de la bibliografía académica es “literatura gris”, como es denominada por los archiveros, open acces, que está generada por trabajos de fin de titulación predoctoral, graduados, y máster. Las posturas y perspectivas de abordaje que suelen presentar dichos autores en sus obras son de lo más dispar. La mayoría de ellos realizan reproducciones académicas basándose en las visiones y los datos aportados por otros autores, por lo que dichas obras suelen presentar un carácter subjetivo en cuanto a la visión de la cultura juvenil, que además generan un campo de sentidos que se reproduce así mismo mediante la citación entre referentes, un elemento que forma parte de la cultura del trabajo académica. En muy escasas ocasiones se plantea la metodología de investigación sobre el terreno, y nunca las potencialidades, limitaciones o deficiencias en los resultados obtenidos. Una parte de los trabajos, no muy numerosa indican que son estudios derivados de trabajo de campo e investigación en Japón, lo que imprime una mayor credibilidad a sus resultados y un mayor valor científico a sus elaboraciones. Otra parte de las producciones en este campo temático, son también reproducciones académicas y trabajos de campo pero en el extranjero (fuera de Japón) o reproducciones y críticas de libros. Es importante destacar la posición que muestran los autores respecto a los temas tratados, gran parte de ellos suelen denominar a estos grupos juveniles como “subculturas” (Bonnah, 2012; Torres, 2018; Groom, 2011; Hiroki, 2009; Dela Pena, 2006; Menkes, 2012; Tsutsui, 2008; Rivera, 2009; Kinsella, 1998; Hashimoto, 2007; Pellitteri, 2018; Ackermann, 2004; Riessland, 2013; Fortea, 2012; Young Kang, 2014; Younker, 2015; Hinton, 2014; Monden, 2008; Onohara, 2011; Taylor, 2005; Lamerichs, 2011), mientras otros autores emplean tanto “tribu urbana” como “subcultura” (Keliyan, 2011; Balderrama y Pérez, 2009; Morley y Robins, 1995; Martínez, 2009; Sullivan, 2005; Welin, 2013; García, 2012; Gómez y Melendo, 2010; Pérez, 2015; Nakao, 2016; Sato, 1982; López, 2017; Adamowicz, 2015; Hamilton, 2012). No encontramos grandes diferencias en el sentido en que emplean estos términos. Los autores no llegan a definir estos conceptos que aplican al generar a

estos colectivos juveniles como categorías sociales. Algunos otros se decantan por “neotribu” (Gómez, 2012) o “comunidad” (Rose, 2018) sin aparecer alguna definición. Curiosamente los textos que optan por el concepto de subcultura están publicados a partir del siglo XXI, mientras que los que utilizan ambos términos (tribu y subcultura) están publicados entre los años 80 y 90, que es cuando el concepto de tribu urbana se genera y reproduce en las producciones de tendencia sociológica en estos estudios de culturas o estilos de vida urbanos. Encontramos pertinente introducir en estas conclusiones una breve mención a la genealogía de los conceptos que aplican estos autores también como parte que asienta nuestras conclusiones críticas sobre la generación del conocimiento sobre los grandes cambios que experimentan las sociedades urbanas a un ritmo vertiginoso nunca antes experimentado. La noción de subcultura es generada en el culturalismo norteamericano y en los estudios culturales de Birmingham. En los años 50 David Riesman (1950) aplica la noción al valor del Jazz en la cultura americana como estilo de vida y actitud subversiva. Mientras la tribu urbana es una noción que circula por el sociólogo francés posmoderno Michael Maffesoli (1989) y que tiene una plasmación territorial en la escuela posmoderna que lo sigue. En España estos conceptos fueron asumidos para estudiar los movimientos juveniles en las ciudades globales españolas por Costa et al. (2000) y Feixa (2006). La crítica más importante a este concepto es el correlato semántico de tribalización, primitivización y totemismo que produce aplicado a movimientos y estrategias contemporáneas en sociedades altamente tecnológicas pero con fuerte fragmentación y precarización económica a nivel interno, cuando la relación en términos de rigor científico con las tribus tradicionales existentes en otras culturas, o en el pasado propio, no deja de ser un anacronismo o un comparativismo anacrónico de poco fundamento. La tendencia a globalizar las culturas juveniles y homogeneizarlos también aflora en las perspectivas críticas a estos conceptos. Sin embargo, este tipo de estudios que se inclinan a reproducir tendencias del culturalismo de la escuela norteamericana y británica en los estudios sobre la ciudad global, encuentra en estos paraguas conceptuales un refugio que modera la indagación profunda en las dinámicas de dominación y exclusión del sistema neoliberal. Este culturalismo esencialista arroja en los textos no solo una homogenización de los movimientos juveniles globales sino que reproducen estereotipos de esencialismo orientalista al contemplar Japón, en su contrapartida hegemónica sancionadora de estas tendencias como una sociedad patriarcal monolítica

con persistencias feudales en un sistema productivo de alta tecnologización, lo que no deja ser tanto una paradoja, como un sinsentido.

En cuanto a lo abordado en este trabajo, las expectativas que teníamos sobre el tema en cuestión eran altas, ya que como joven estudiante había un gran interés por estos estilos y modos de vida juvenil. Durante la investigación hemos podido comprobar y desarrollar el criterio selectivo, a partir de la comparación conforme se iba avanzando en las lecturas y en las diversas miradas de los autores y los tratamientos que usan, además de aprender a valorar si una obra presenta calidad académica o no. Como nuevos aportes al tema, señalamos que durante la fase de prospección expansiva y posteriormente en la de profundización, no hemos tenido oportunidad de hallar revisionismos sobre este campo de estudios, lo que habría resultado de interés y de apoyo. En este sentido, esperamos haber aportado un trabajo innovador de revisión bibliográfica sistemática y comentada sobre la producción en el tema de la cultura juvenil japonesa en Japón. Son muchas las incógnitas que todavía quedan sin resolver, sin duda futuras generaciones de investigadores podrán aportar nuevas miradas con trabajos de calidad científica hacia los procesos generados y en construcción en las culturas asiáticas.

Bibliografía

Ackermann, Peter. (2004). How Japanese teenagers cope. Social pressures and personal responses. En G.Mathews, y B. White, Japan's changing generations: are young people creating a new society? London and New York: Routledge Curzon, 67-82 pp.

Adamowicz, Klaudia. (2015). Harajuku nowadays: characteristics, meaning and changes, 7-19 pp.

Azuma, Hiroki. (2009). Otaku: Japan's database animals. University of Minnesota Press, Minneapolis, London, 1-176 pp.

- Balderrama, Laura y Pérez, Carmen Corina. (2009). La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno. Universidad Católica Andrés Bello. Facultad de Ciencias Económicas Sociales, 1-190 pp.
- Beer, W. Lawrence. (1981). Group Rights and Individual Rights in Japan. *Asian Survey*, Vol. 21, No. 4 (Apr. 1981), 437-453 pp.
- Bonnah, Theodore. (2012). "Speed Tribes and Making a New Japan." *Doshisha University Journal of Global Studies*, 2, 91–108 pp.
- Costa, Perez-Oriol. et al. (2000). *Tribus urbanas*. Paidós, Barcelona
- Dela Pena, Joseph. (2006). Otaku: Images and Identity in Flux. *CUREJ: College Undergraduate Research Electronic Journal*, University of Pennsylvania, 1-41 pp.
- Dziesinski, Michael. J. (2003). Hikikomori: Investigations into the phenomenon of acute social withdrawal in contemporary Japan, University of Hawai'i Manoa, 1-48 pp.
- Dziesinski, Michael. J. (2004). Hikikomori as a Gendered Issue Analysis on the discourse of acute social withdrawal in contemporary Japan. University of Hawai'i Manoa, 1-33 pp.
- Feixa, Carles. (2006). *De jóvenes, bandas y tribus*. Ariel, Barcelona
- Forsberg, Jens. (2012). Hikikomori in Contemporary Japan: A Perspective of Amae. Bachelor Thesis in Japanese Studies, 1-40 pp.
- Fortea, Daniel. (2012). Re-configurando la estética, el género y la <<japonesidad>>: el visual kei como alternativa a las dicotomías sancionadoras masculino/femenino y japonés/no japonés. *Puertas a la lectura*, Universidad Autónoma de Barcelona, 71-96 pp.
- García, Hector. (2012). *Un geek en Japón*. Barcelona, Normal editorial, 1-14 pp.
- Giménez, Gilberto. (2002). Globalización y cultura. *Estudios Sociológicos*, XX (1), 23-46 pp.

Giménez, Mónica y Esteban, Miguel Ángel. (2005) La imagen de la mujer japonesa en el manga y el animé: diseño de un servicio de recursos electrónicos e identificación de estereotipos. Universidad de Zaragoza, 1-17 pp.

Gómez, Agustín. y Melendo, Ana. (2010) Paisajes visuales. Cuadernos Artesanos de Comunicación/97. Universidad de Córdoba, 1-208 pp.

Gómez, Anjhara. (2012) "Otakus y cosplayers. El reconocimiento social del universo manga en España" en Puertas a la lectura. No. 24, 58-70 pp.

Groom, Amelia. (2011). Power Play and Performance in Harajuku. University of Technology, Sydney, New Voices in Japanese Studies, Vol. 4, 188-214 pp.

Hamilton, Eoghain. (2012). The Gothic-Probing the Boundaries. Critical Issues, Inter-Disciplinary Press, Oxford, United Kingdom, 1-199 pp.

Hashimoto, Miyuki. (2007). Visual Kei Otaku Identity – An Intercultural Analysis. Intercultural Communication Studies XVI: 1, University of Vienna, Austria, 87-99 pp.

Heinze, Ulrich and Thomas, Penelope. (2014). Self and salvation: Visions of hikikomori in Japanese manga. Journal of the German Institute for Japanese Studies. Tokyo, 26: 151-169 pp.

Hinton, Perry. R. (2014). The Cultural Context and the Interpretation of Japanese 'Lolita Complex' Style Anime. Intercultural Communication Studies XXIII: 2, 54-68 pp.

Horno López, Antonio. (2012). Controversia sobre el origen del anime. Una nueva perspectiva sobre el primer dibujo animado japonés. Rev. Con A de Animación, EUPV, 106-118 pp. Open acces en: <https://polipapers.upv.es/index.php/CAA/article/view/1055>. Acceso: 31-07-2019

Horno López, Antonio. (2013). La era digital del anime japonés. Historia y comunicación social. Vol. 18, nº esp.octubre, 687-698 pp. Open acces en: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/43999/41605>. Acceso: 31-07-2019

Itoh, Kohki. (2012). Difficulties faced by hikikomori: From the life history in autobiographies and private papers. *KG Sociological Review* 1: 137–141 pp.

Iwabuchi, Koichi. (2010). Commitment to the studies of East Asian media culture connections, Monash University, 1-9 pp.

Kawai, Hayao. (1999). Individuals in the Japanese cultural context. *Asia-Pacific Review*, Vol. 6, No. 2, 12-23 pp.

Keliyan, Maya. (2011). Kogyaru and Otaku: Youth Subcultures Lifestyles in Postmodern Japan. *Asian and African Studies* XV, 3 (2011), 95-110 pp.

Kido, Rie. (2016). The Angst of Youth in Post-Industrial Japan: A Narrative Self-Help Approach. The university of Adelaide, *New Voices in Japanese Studies*, Vol. 8, 98-117 pp.

Kinsella, Sharon. (1998). Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement. *Journal of Japanese Studies*, Vol. 24, No. 2 (Summer, 1998), 289-316 pp.

Lamerichs, Nicolle. (2011). Stranger than fiction: Fan identity in cosplay. Maastricht University, *Transformative Works and Cultures*, Vol. 7, 1-18 pp.

Li, Tim MH and Wong, Paul WC. (2015) Youth Social Withdrawal Behavior (Hikikomori): A Systematic Review of Qualitative and Quantitative Studies. *Australia and New Zealand Journal of Psychiatry*, 49, 595-609 pp.

López, Yozet. (2017). Influencia del visual kei en la formación de identidad en jóvenes de entre 15 y 20 años de edad pertenecientes al municipio de Ixmiquilpan, Hidalgo. *Colegio de Estudios Superiores Hispanoamericano*, 1-39 pp.

Lotman, Iuri. (1996). Acerca de la semiosfera. En: *La semiosfera I: Semiótica de la cultura y del texto*. Madrid: Ediciones Cátedra

Maffesoli, Michel. (1990). *El tiempo de las tribus, el declive del individualismo en las sociedades de masas*. Icaria, Barcelona

Marsella, Anthony, DeVos, Geroge y Francis L.K. Hsu. (1985). *Culture and Self: Asian and Western Perspectives*. London: Tavistock, 1-334 pp.

Martínez, Dolores P. (2009). *The Worlds of Japanese Popular Culture*. Cambridge University Press, Cambridge, 1-212 pp.

Menkes, Dominique. (2012). La cultura juvenil otaku: expresión de la posmodernidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10 (1), 51-62 pp.

Miller, Laura. (2004). *Youth fashion and changing beautification practices*. Routledge, 83-97 pp.

Monden, Masafumi. (2008). *Transcultural Flow of Demure Aesthetics: Examining Cultural Globalisation through Gothic & Lolita Fashion*. The University of Sydney, The Japan Foundation, 1-252 pp.

Morley, David y Robins, Kevin. (1995). *Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. Routledge, London, 1-257 pp.

Nakao, Atsumi. (2016). The formation and commodification of Harajuku's image in Japan. *Ritsumeikan Journal of Asia Pacific Studies Volume 34*, 2015, 11-19 pp.

Onohara, Noriko. (2011). Japan as fashion: Contemporary reflections on being fashionable. *University of Hyogo, Acta Orientalia Vilmensia* 12, 1 (2011), 29-41 pp.

Pellitteri, Marco. (2018). *Kawaii Aesthetics from Japan to Europe: Theory of the Japanese "Cute" and Transcultural Adoption of Its Styles in Italian and French Comics Production and Commodified Culture Goods*. School of Journalism and Communication, Shanghai International Studies University, 1-21 pp.

Pérez Torres, Sergio. (2015) *Tribus urbanas y subculturas en el cine japonés contemporáneo*. Grado en Historia del Arte, 1-56 pp.

Riesman, David. (1950). *The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character*, Yale University Press, 1-307 pp

- Riessland, Andreas. (2013). The Public Perception of the Bōsōzoku in Japan. "Anthropological Research Institute Research Papers" No. 1 (2013), 201-216 pp.
- Rivera, Renato. (2009). The Otaku in Transition. *Journal of Kyoto Seike University*, No. 35, 193-205 pp.
- Rose, Megan Catherine. (2018). "My heart fluttered": affect and emotion in kawaii fashion communities. *Taasa Review*, Volume 27, No. 1, 12-14 pp.
- Sanz, Cecilia Isabel. (2016). El visual kei como producto cultural y su huella en la cultura popular. Facultad de traducción e interpretación, Grado en Estudios de Asia Oriental, 1-49 pp.
- Sato, Ikuya. (1982). Crime as play and excitement: a conceptual analysis of japanese bosozoku (motorcycle gangs). *University of Chicago. Tohoku Psychologica Folia*, 41 (1-4), 64-84 pp.
- Shuryhina, Viktoriia. (2017). Endless circle of hikikomori. Does the current state of Japanese family promote the phenomenon of primary hikikomori? *University of Duisburg-Essen*, 1-24 pp.
- Sousa Santos, Boaventura de. (2019). *El fin del imperio cognitivo*. Akal, 1-456 pp.
- Sullivan, Jeremy. (2005). *Anime: the cultural signification of the otaku*. School of Graduate Studies, McMaster University, 1-107 pp.
- Taylor Jayme Rebecca. (2005). *Convention cosplay: subversive potencial in anime fandom*. University of Oregon, 1-55 pp.
- Toro, Nathalia. (2016). Tribus urbanas~Cultura Popular en Japón. [Artículo]. Disponible en. <https://prezi.com/fulm3y2e62vi/tribus-urbanas-cultura-popular-en-japon/>
Acceso: 26-05-2019
- Torres, Guillermo. (2018). Una aproximación a la juventud japonesa. Discurso, cine y su reflejo en la obra de Nakashima Tetsuya. *Revista Asiadémica*, pp. 79-119.

Trommsdorff, Gisela. (1992). Values and social orientations of Japanese youth in intercultural comparison. *Japanese biographies: life histories, life cycles, life stages*, pp. 57-81 pp.

Tsutsui, William. (2008). Nerd Nation Otaku and Youth Subcultures in Contemporary Japan. *Teaching About Asia Through Youth Culture*, Volume 13, No. 3, Winter 2008, 12-18 pp.

Vojtiskova, Kristýna. (2015). The Crisis of Japanese Identity in the 21st Century and Watsuji Tetsurô's Ethics. *Asian Studies III (XIX)*, 1 (2015), 129-144 pp.

Welin, Andreas. (2013). The meaning and image of Otaku in Japanese society, and its change over time. *Göteborgs Universitet*, pp. 1-44.

Yanez, Abdeel. (2015). Decora: una de las tribus urbanas más frikis de Japón. [Artículo]. Disponible en: <https://viajeropeligro.com/2015/07/06/tribus-urbanas-decora-japon>
Acceso: 31-05-2019

Yasin, Evgeny. (2007). Modernization and the society. State University – Higher School of Economics, 1-65 pp.

Young Kang, Zi. (2014). Lolita fashion: a trans-global subculture. University of Huddersfield, pp. 1-20 pp.

Yunker, Terasa. (2015). Lolita: Dreaming, Despairing, Defying. New York University, 97-110 pp.

Anexos

Título	Temática
Speed Tribes and Making A New Japan	Tribus urbanas
Tribus urbanas	Tribus urbanas
De jóvenes, bandas y tribus	Tribus urbanas
El tiempo de las tribus, el declive del individualismo en las sociedades de masas	Tribus urbanas
How Japanese Teenagers Cope: Social Pressures and Personal Responses	Cultura juvenil
Una aproximación a la juventud japonesa. Discurso, cine y su reflejo en la obra de Nakashima Tetsuya	Cultura juvenil
Values and Social Orientations of Japanese Youth in Intercultural Comparison	Cultura juvenil
The Angst of Youth in Post-Industrial Japan: A Narrative Self-Help Approach	Cultura juvenil
Power Play and Performance in Harajuku	Cultura juvenil
Kogyaru and Otaku: Youth Subcultures Lifestyles in Postmodern Japan	Cultura juvenil
La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno	Cultura juvenil
Culture and Self: Asian and Western Perspectives	Identidad japonesa
Commitment to the Studies of East Asian media culture connections	Identidad japonesa
Group Rights and Individual Rights in Japan	Identidad japonesa
Individuals in the Japanese cultural context	Identidad japonesa
Power Play and Performance in Harajuku	Identidad japonesa
The crisis of Japanese Identity in the 21st Century and Watsuji Tetsurô's Ethics	Identidad japonesa
Modernization and the Society	Globalización
Globalización y cultura	Globalización
Spaces of Identity: Global media, electronic landscapes and cultural boundaries	Globalización
The worlds of Japanese Popular Culture	Globalización
Acerca de la semiosferia. En: La semiosfera I: Semiótica de la cultura y del texto	Globalización
The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character	Globalización
El fin del imperio cognitivo	Globalización
La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno	Otaku
Anime: the cultural signification of the otaku	Otaku
Otaku: Japan's database animals	Otaku
The meaning and image of Otaku in Japanese society, and its change over time	Otaku
Otaku: Images and Identity in Flux	Otaku
La cultura juvenil otaku: expresión de la posmodernidad	Otaku
Nerd Nation Otaku and Youth Subcultures in Contemporary Japan	Otaku
The Otaku in Transition	Otaku
Kogyaru and Otaku: Youth Subcultures Lifestyles in Postmodern Japan	Otaku
Power Play and Performance in Harajuku	Otaku
Un geek en Japón	Otaku
La imagen de la mujer japonesa en el manga y el animé: diseño de un servicio de recursos electrónicos e identificación de estereotipos	Otaku

"Otakus y cosplayers. El reconocimiento social del universo manga en España" en Puertas a la lectura	Otaku
Paisajes visuales	Otaku
Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement	Otaku
Tribus urbanas y subculturas en el cine japonés contemporáneo	Otaku
Visual Kei Otaku Identity - An Intercultural Analysis	Otaku
Controversia sobre el origen del anime. Una nueva perspectiva sobre el primer dibujo animado japonés	Otaku
La era digital del anime japonés. Historia y comunicación social	Otaku
Hikikomori: Investigations into the phenomenon of acute social withdrawal in contemporary Japan	Hikikomori
Hikikomori as a Gendered Issue: Analysis on the discourse of acute social withdrawal in contemporary Japan	Hikikomori
Hikikomori in Contemporary Japan: A Perspective of Amae	Hikikomori
Endless circle of hikikomori. Does the current state of Japanese family promote the phenomenon of primary hikikomori?	Hikikomori
Youth social withdrawal behavior (hikikomori): A systematic review of qualitative and quantitative studies	Hikikomori
Self and salvation: visions of hikikomori in Japanese manga	Hikikomori
Difficulties faced by hikikomori: From the life history in autobiographies and private papers	Hikikomori
"Otakus y cosplayers. El reconocimiento social del universo manga en España" en Puertas a la lectura	Hikikomori
Tribus urbanas y subculturas en el cine japonés contemporáneo	Hikikomori
The formation and commodification of Harajuku's image in Japan	Gyaru-gal
Kawaii Aesthetics from Japan to Europe: Theory of the Japanese "Cute" and Transcultural Adoption of Its Styles in Italian and French Comics Production and Commodified Culture Goods	Gyaru-gal
Kogyaru and Otaku: Youth Subcultures Lifestyles in Postmodern Japan	Gyaru-gal
Power Play and Performance in Harajuku	Gyaru-gal
Japan's Changing Generations: Are young people creating a new society?	Gyaru-gal
Un geek en Japón	Gyaru-gal
Tribus urbanas y subculturas en el cine japonés contemporáneo	Gyaru-gal
Crime as play and excitement: a conceptual analysis of japanese bosozoku	Bosozoku
Tribus urbanas~Cultura Popular en Japón	Bosozoku
Tribus urbanas y subculturas en el cine japonés contemporáneo	Bosozoku
The Public Perception of the Bosozoku in Japan	Bosozoku
El visual kei como producto cultural y su huella en la cultura popular	Visual kei
Influencia del visual kei en la formación de identidad en jóvenes de entre 15 y 20 años de edad pertenecientes al municipio de Ixmiquilpan, Hidalgo	Visual kei
Re-configurando la estética, el género y la <japonesidad>: el visual kei como alternativa a las dicotomías sancionadoras masculino/femenino y japonés/no japonés	Visual kei
Visual Kei Otaku Identity - An Intercultural Analysis	Visual kei
Harajuku nowadays: characteristics, meaning and changes	Visual kei
Power Play and Performance in Harajuku	Visual kei

Un geek en Japón	Visual kei
Paisajes visuales	Visual kei
Lolita Fashion: a trans-global subculture	Lolita
The Gothic - Probing the Boundaries	Lolita
Lolita: Dreaming, Despairing, Defying	Lolita
The Cultural Context and the Interpretation of Japanese 'Lolita Complex' Style Anime	Lolita
Transcultural Flow of Demure Aesthetics: Examining Cultural Globalisation through Gothic & Lolita Fashion	Lolita
Japan as fashion: Contemporary reflections on being fashionable	Lolita
Harajuku nowadays: characteristics, meaning and changes	Lolita
Power Play and Performance in Harajuku	Lolita
My heart fluttered': Affect and emotion in kawaii fashion communities	Lolita
Harajuku nowadays: characteristics, meaning and changes	Lolita
Tribus urbanas y subculturas en el cine japonés contemporáneo	Lolita
Tribus urbanas y subculturas en el cine japonés contemporáneo	Cosplay
Convention Cosplay: Subversive potential in anime fandom	Cosplay
Stranger than fiction: Fan identity in cosplay	Cosplay
La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno	Cosplay
My heart fluttered': Affect and emotion in kawaii fashion communities	Decora
Decora: una de las tribus urbanas más frikis de Japón	Decora

Transformaciones de la identidad juvenil: "las tribus urbanas"	Obras leídas pero no citadas en el trabajo
De las culturas juveniles al estilo	
El ansia de identidad juvenil y la educación. Del individualismo mediático contemporáneo y las estrategias educativas	
Las culturas juveniles: un campo de estudio; breve agenda para la discusión	
La cultura como identidad y la identidad como cultura	
Construyendo colectivamente la convivencia en la diversidad: Los retos de la inmigración	