



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TESINA DE GRADO PARA OPTAR A LA
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

EL COSPLAY EN ARGENTINA
LA CONSTRUCCIÓN LOCAL DE UN FENÓMENO MUNDIAL

AUTOR: VICTORIA AMELIA ROMERO VARELA

LEGAJO: R-1088/0

TUTOR: RUBÉN BISELLI

-2016-

Dedicatoria

A mi mamá, quién hace posible que materialice todos mis sueños.



Agradecimientos

A mi tutor Rubén Biselli, un gran docente que aceptó guiar esta tesina cuando muchos se negaron y me tuvo paciencia estoica cuando yo misma la perdía.

A Vane Mazzeo que me dio empuje para empezar y la idea que estructuró todo lo que vino después.

A los cosplayers que tan amablemente me contaron su “vida y obra”: Ana Bertola, Ezequiel Blanco y Ezequiel Estrada. También a Gabriel Díaz que aportó con sus conocimientos de fotografía.

A los “informantes” que aportaron sus puntos de vista, académico y vivencial sobre el fandom: Alejandra Márquez, Laura Ponce, César Libardi y Ricardo De Luca.

A los fotógrafos que con su arte y talento ilustran esta obra: Débora Lescano, Cristian Corvalán, nuevamente Gabriel Díaz, Juan Manuel Ojeda y Gustavo Zicre.

A mis compañeros del programa de radio “Tierra de Fans”: AryLu, Delfi, Juanma Amatta, Lautaro Briatta, Facu Grasso, que me aguantaron todo el año y me ayudaron más de lo que se dan cuenta.

A Jime, que me ayudó tanto con el diseño de este trabajo y también soporta (siempre) mis “excentricidades”.

A Tincho, que me imprimió tantos archivos cómo para llenar una biblioteca del frikismo mundial y hacer una tesis de doctorado.

A Milagro Almeida, que con tanto cariño me prestó sus libros.

A Fernando que me ayudó a editar con muchísima buena voluntad.

A todos los cosplayers, cosmakers y fotógrafos de este hermoso país que día a día demuestran que lo que falta en recursos, se suple con una gran dedicación y talento.

Resumen

La presente tesina tiene como objetivo investigar la evolución del fenómeno del cosplay desde su aparición en el país hasta la actualidad – analizando las diferentes etapas que fue atravesando este fenómeno-, como así también estudiar los procesos y significaciones que giran en torno a esta actividad de carácter recreativo.

Los cosplayers, es decir las personas que se dedican a la actividad de caracterizarse como un personaje de ficción, surgen en la escena local a finales de siglo XX; como corolario de distintos procesos que se venían gestando desde la vuelta de la democracia y que generaron el surgimiento de distintos *fandoms*, es decir grupos de fanáticos de determinados productos culturales que van desde las novelas de ciencia ficción a la historieta nacional, y que incluyen los programas televisivos conocidos como “series de culto”, el cómic estadounidense y el manganimé japonés. Si bien el cosplay es un fenómeno actualmente globalizado, creemos que en nuestro país se *construye* de un modo particular. A nuestro entender, no se trata de simplemente una “adaptación” de un fenómeno mundial, o la “importación” de un concepto, sino que tiene una conformación e identidad propia.

Durante el trabajo recorreremos las dos fuentes sobre las que se construye el fenómeno: la tradición estadounidense y la japonesa para luego poder establecer cómo estas se integraron (como toda costumbre inmigrante en nuestro país) al panorama local. También estudiaremos los componentes afectivos y sociales que se juegan en la actividad desde la perspectiva de la subjetividad del fan. Para ello, analizaremos todo el proceso que los cosplayers viven con sus creaciones, desde su planificación hasta el momento de lucirlo en un escenario, un evento o incluso en una sesión de fotos. En estos procedimientos de carácter lúdico se juega más que una mera distracción o, como se propone dentro de la mirada de algunos medios de comunicación, un escape de la realidad. En ellos intervienen factores que tienen que ver con un ambiente de inserción social en tanto el cosplayer se dedica a una actividad que le

da a quienes la realizan una importante e inmediata notoriedad, a veces fugaz y a veces de cierta perduración, cuando el cosplayer se convierte en figura de relevancia dentro del círculo de los asiduos a los eventos dedicados al cómic o el manga. Por otro lado, quienes llevan a cabo la actividad viven una experiencia fuerte de satisfacción por el trabajo realizado, sobre todo debido a la actividad artesanal implicada en la fabricación de sus trajes. Estas prácticas, si bien no están opuestas o alejadas directamente de la idea de un mercado que de algún modo explota este “fanatismo” (los organizadores de eventos), se articulan a partir de códigos que son definidos por sus propios participantes, basados en valores y significaciones que no pueden ser comercializados.

En el desarrollo de la tesina, pues, nos sumergiremos en la experiencia de habitar el mundo del cosplay e intentaremos analizarlo desde una perspectiva fenomenológica -ya que creemos que para su correcta comprensión es necesario estudiarlo desde adentro-, para alejar nuestro objeto de estudio de algunas caracterizaciones superficiales que se han hecho del mismo, sobre todo desde los medios de comunicación hegemónicos.

Palabras claves: cosplay - fan - fandom- eventos de cómic y animé
- estudios culturales

Índice

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTOS	II
RESUMEN	III
ÍNDICE.....	V
1. INTRODUCCIÓN	01
1.1. LA PASIÓN POR EL COSPLAY	02
2. TÉRMINOS RELACIONADOS	08
2.1. LA CULTURA DE LA RESIGNIFICACIÓN.....	09
2.1.1 <i>Cosplay –Cosplayer –Cosmaker</i>	11
2.1.1.1 <i>Tipos de cosplays</i>	12
2.1.2 <i>Otaku- Otako</i>	23
2.1.3 <i>Gamer</i>	29
2.1.4 <i>Friki</i>	31
2.1.5 <i>Fan -Fandom</i>	33
2.1.6 <i>Videoanimación Japonesa</i>	37
2.1.7 <i>Convenciones- Eventos</i>	39
3. ORÍGENES DEL COSPLAY	42
3.1. HISTORIA Y LEYENDA	43
3.2 “DRESSING UP” VS “COSPLAY”	45
3.2.1 <i>Mukashi, mukashi, aru dokoro ni...</i>	45
3.2.2. “ <i>Dress-Up</i> ” y el origen de los clubes de fans de la ciencia ficción y el cómic ...	47
3.2.3 <i>Manga, animé, tokusatsu y el Japón de la post-guerra</i>	53
3.3 EL COSPLAY TRIUNFA EN EUROPA Y LATINOAMÉRICA.....	57
3.3.1 <i>La conquista del viejo continente</i>	57
3.3.2 <i>Latinoamérica y el boom del animé</i>	58
4. EL COSPLAY EN ARGENTINA.....	66
4.1 UN FENÓMENO QUE SE CONSTRUYE.....	67
4.1.1 <i>La historieta nacional en la época pre-fans</i>	68
4.1.2 <i>Los primeros clubes de fans y comiquerías</i>	74
4.2 ETAPAS DEL COSPLAY EN ARGENTINA	89
4.2.1 <i>Los inicios: dedicado a los pioneros</i>	89
4.2.2 <i>La era de Oro del cosplay</i>	97
4.2.2.1 <i>Cambios que influyeron en los fans y en la concepción de los eventos</i>	98
4.2.2.2 <i>Cambios en la mirada acerca del cosplay</i>	107
4.2.2.3 <i>Rosario, Santa Fe y Paraná: el triángulo cosplay</i>	112
4.2.3 <i>Crisis en los cosplayers infinitos</i>	116
4.2.3.1 <i>Aspectos negativos</i>	116
4.2.3.2 <i>Aspectos positivos</i>	123
5. CONCLUSIÓN.....	126
5.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS Y NUEVAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	127
BIBLIOGRAFÍA	133
PUBLICACIONES Y ARTÍCULOS WEB	133
ENTREVISTAS Y MATERIAL AUDIOVISUAL.....	142
ÍNDICE FOTOGRÁFICO PORTADAS.....	144



CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 La pasión por el cosplay

En una de las citas más famosas del film “*El secreto de sus ojos*”, Sandoval, el personaje de Guillermo Francella, justifica ante Benjamín Esposito (interpretado por Ricardo Darín) su adicción al alcohol diciendo que bebe “porque le apasiona”. Acto seguido le indica por qué la pasión es la pista que deben seguir para hallar al asesino que buscan. En la carta que el sospechoso Gómez le escribe a su madre en clave, hace alusión a futbolistas de antaño para referirse a su propia situación de fugitivo. Con la ayuda de un juez fanático de este deporte, que podía citar con lujo de detalles vida y obra de los personajes mencionados, llegan a la conclusión que si en algún lugar va a presentarse el asesino será en un partido en que Racing Club participe. Y así es. Después de esperarlo varias veces, Gómez aparece. No es dinero, no es una mujer; es una pasión aún más trivial como el fútbol lo que hace caer a un asesino que se burla de la Justicia. ¿Trivial? ¿Hay pasiones más triviales que otras? ¿Alguna pasión es trivial? No, seguramente no. Para quien la vive, la pasión gobierna su vida sin oír ningún tipo de razonamiento lógico, incluso tiene la fuerza de hacer que los seres humanos lo dejen de lado, como ocurrió en la historia antes contada. Y nadie escapa a tener en su vida, al menos, una pasión.

Esta tesina es, como leyeron en el título, sobre el *cosplay*. Así que debería haber comenzado diciendo que el *cosplay* es la actividad que consiste en caracterizarse a imagen y semejanza (es decir, se lo copia tal cual) de un personaje ficticio. Desde ya es un hobby y por cierto se está volviendo bastante popular. Algunos creen que es una especie de culto extraño (gente con mucha más imaginación que yo) y otros que es simplemente ridículo e infantil. Claro que también están aquellos a los que les gusta y lo encuentran divertido, aunque no se dediquen a esta actividad. Pero no, arranqué hablando de las pasiones y en esa línea pienso seguir porque de lo que vengo a hablar realmente es de la pasión por el *cosplay*. Les confesaré que el *cosplay* es una de mis más grandes pasiones. La otra es escribir, y qué mejor que escribir sobre mí misma, mejor dicho sobre mi vida junto a este hermoso arte (como yo lo

considero y espero que ustedes pronto lo hagan también) y que como pasión me ha traído tantas enormes alegrías, como enormes problemas, y alguna que otra decepción. Pero es lo lógico, siempre que pones tu corazón en algo ocurre eso, es a todo o nada.

¿Por qué estudiar el cosplay? Bueno, en primer lugar porque me apasiona lo suficiente como para dedicarle horas y horas de mi tiempo al tema, para leer y releer una y otra vez lo sabido, y aun así intentar descubrir más cosas. He vivido en el mundo del cosplay desde que este desembarcó en Rosario, y me he dedicado a él muchos más años, más que los que he estado en la carrera de Comunicación Social. Pero incluso para una tesina como la que pienso plantear no es un motivo por sí solo, y tampoco es el único. Los principales motivos son su permanencia en el tiempo y su impacto cultural. El interés por productos culturales como las series de TV, el cómic y el animé, antiguamente relegado –al menos desde una mirada superficial – a determinados “guetos” ha ganado un espacio propio, y con ello los consumos derivados como el cosplay. Y lo más importante, desde mi punto de vista, es que ya no podemos hablar de una moda pasajera, si consideramos que el primer concurso de cosplay en Rosario se llevó a cabo en el año 2000, es decir que esta práctica se realiza en nuestra ciudad hace más de quince años. El fenómeno ha cambiado y evolucionado con el tiempo, pero se mantiene en permanente crecimiento. Esa minoría aficionada al cosplay, dispersa en un primer momento, ha aumentado y se ha organizado para conformar un colectivo más visible y distinguible. Tanto empresarios privados como entidades públicas se han hecho eco de este espacio emergente. Solamente en Rosario, se calcula que hay un evento dedicado al animé por mes. Y lo más importante: la Municipalidad de Rosario le ha otorgado diversos espacios a estas prácticas, lo que nos indica que hay una política pública dirigida hacia estos consumidores culturales y también a que el público general pueda apreciarlo y disfrutarlo. La prueba más patente es que la Crack Bang Boom (evento anual de cuatro días de duración que se realiza en el CEC auspiciado por la Municipalidad) coloque una larga tarima en donde alrededor de sesenta cosplayers por edición desfilan al

aire libre ante una enorme cantidad de espectadores. Este hecho por sí solo nos revela la creciente popularidad de esta actividad, que lejos de decaer parece cada vez hacerse más fuerte dada la enorme penetración de producciones “*frikis*” en la cultura masiva. Películas como *The Avengers*, que antes eran dirigidas a un público muy específico, recaudó en su semana de estreno solamente en EEUU y Canadá 187. 656. 000 millones de dólares (y eso que no se la consideró record de taquilla). A su vez los films de este tipo cuentan con actores de primera línea como Robert Downey Jr, Scarlett Johansson, Samuel L. Jackson, Robert Redford, entre otros. Cada vez más gente se declara “*friki*” u “*otaku*” (conceptos que veremos en su pleno significado a lo largo del desarrollo de este trabajo) y se atreven a explorar el vasto universo de los fans, a tal punto que muchas marcas han adoptado el concepto de “hacerse fan” de un producto cuando en épocas anteriores el ser “*fan*”, era casi sinónimo de un desorden de conducta.

Ahora les hablaré de los lineamientos a seguir de este trabajo. Como podrán deducir de lo dicho antes, es una investigación que se enmarca dentro de la tradición fenomenológica de las Ciencias Sociales. Mi yo apasionado por el cosplay no se desliga en ningún momento de mi yo investigador, ni tengo la menor intención de hacerlo. Esta investigación se inserta dentro de la tradición de los estudios culturales -tradición heterogénea si las hay-, que ha dado lugar en su marco a una rama conocida como “*Estudios sobre fans*”. Dentro de esta escuela, y hablando exclusivamente de los trabajos que se pueden encontrar en habla hispana, pues existe mucha producción en inglés, encontramos la traducción de los trabajos del estadounidense Henry Jenkins, como así también toda una línea de jóvenes investigadores latinoamericanos interesados en esta problemática. Mucho del marco teórico usado para este trabajo proviene justamente de otras tesis de grado de diferentes universidades, publicados a través de páginas como Scribs, o incluso compartidas vía mail. Algunos de estos jóvenes tesistas también son cosplayers. Sus experiencias son muy similares a las que vivimos por estos lugares, ya que este boom de la representación de personajes copó

América Latina en un mismo periodo de tiempo y las prácticas se asemejan mucho. En lo personal, considero un orgullo y un honor pertenecer a esta escuela. Cuando comencé a programar la tesina, la cual se escribe en mi cabeza desde hace muchos años, me ocurría algo parecido al momento que descubrí el animé, me sentía muy sola y pensaba que era la única. Ese sentimiento infantil (yo era una infante en ese entonces) se vio reflejado muchas veces a lo largo de este proyecto. El proyecto inicial data del 2008 y ha mutado bastante desde entonces, de hecho estas investigaciones han salido desde esa fecha en adelante.

Desde ya se trata de una investigación de tipo cualitativa, pues entiendo que una investigación rica en datos estadísticos no puede explicar de forma correcta lo que ocurre en esta actividad, plagada de sentimientos y experiencias corpóreas fuertemente vívidas. También será de carácter descriptivo. Posiblemente si esta tesina hubiera sido realizada según los lineamientos del proyecto primario, habría sido de carácter netamente exploratoria. Sin embargo creo que estamos en un punto en que podemos ponernos a pensar en ir un poco más allá y expandirnos hacia nuevos horizontes. No hacerlo sería repetir lo ya sabido. En tanta demora está implícito también el deseo de construir conocimiento, aunque sea en este modesto marco de una tesina de grado. La modalidad de escritura elegida es el ensayo, pues todo lo que de aquí en más verán es mi mirada acerca del tema a lo largo de una investigación que en lo formal comenzó hace un tiempo, pero en realidad abarca más de quince años de mi vida. Para ello se recurrirá a herramientas diversas: material de revistas y fanzines de cosecha personal, viejas fotos de rollo y también un surtido archivo digital (algunas sacadas especialmente para este trabajo que acompañarán mis palabras) más algunos videos caseros. Sumarán a la experiencia la visión de algunas otras personas que, como yo, han compartido una parte significativa de esta historia, como cosplayers, cosmakers, fotógrafos, organizadores de eventos de animé, etc. que recogimos de entrevistas, correspondencias, conversaciones por Facebook o charlas cara a cara en un contexto informal.

En el primer capítulo se hará un análisis exhaustivo de algunos términos que es necesario internalizar para abordar esta problemática: cosplay, cosplayer, otaku, fan, etc. Se revisará tanto su uso coloquial como las conceptualizaciones teóricas que se han hecho sobre estos y cuáles son las que se utilizarán para este trabajo.

Los dos capítulos siguientes pondrán el acento en el cosplay como un proceso histórico y singular, el cual será analizado según una *mirada hermenéutica y fenomenológica*. Para la perspectiva hermenéutica en las teorías sociológicas actuales, los hechos sociales se definen por sus significados. Estos significados no son “ni unitarios ni universales” y es posible reconstruirlos “a partir de (la) expresión concreta, material y empírica” (Valdettaro, 2015: 117) del fenómeno estudiado y de la interacción entre el horizonte histórico del intérprete y el del hecho social estudiado. La perspectiva fenomenológica en los estudios sociales remite al plano de la *experiencia*, tanto del intérprete como de los sujetos involucrados en las interacciones sociales e intenta recuperar y describir esa experiencia en lo que la define en su singularidad (Valdettaro, 2015: 122). No en vano mencionaremos muchas veces al cosplay como un “fenómeno”: para nosotros, *irrumpe* en el horizonte social, y lo hace de una manera singular e irrepetible.

Es por esto que el segundo capítulo recorrerá el origen del cosplay en los dos países que construyeron su tradición: Estados Unidos y Japón. Estudiamos sobre qué bases se asentó dicha tradición y los cambios que a lo largo del siglo XX le permitieron desarrollarse de una manera singular. El tercer capítulo resumirá de forma general la creación de los fandoms en Argentina y cómo estos, ayudados u obstaculizados por distintos factores de la coyuntura nacional, conformaron el escenario necesario para que se pasara de los “desfiles de disfraces” a los “concursos de cosplay” en los eventos de historietas. Presentaremos, pues, una teorización acerca de las distintas etapas por las cuales esta actividad fue atravesando, no sin estar teñida de toda nuestra idiosincrasia local. Es por ello que la construcción de este capítulo se basa, además de los registros hemerográficos, en los testimonios de

algunos cosplayers y otras personas relacionadas con el ambiente. En el cruce de su mirada con la nuestra, elaboraremos una descripción desde adentro del fenómeno, pero sin perder la distancia crítica. De ese modo llegaremos a nuestros días y teorizaremos sobre la situación actual de la actividad en el país.

Por último la conclusión dará cuenta de los resultados obtenidos en el proceso de investigación con el fin de ofrecer una respuesta provisoria a las problemáticas planteadas en el proyecto de investigación. Estos ejes consisten en, por un lado, establecer una historia del cosplay en la Argentina y, por otro, analizar las motivaciones en la actividad de los cosplayers y las relaciones sociales que establecen entre ellos como grupo y con actores cercanos (fotógrafos, organizadores de eventos de animé y cómics, etc.) y el público en general.

A la presentación final de esta tesina le acompañará una pequeña muestra de mi “museo personal” del cosplay, como lo he llamado, con una exposición de algunos trajes propios y el trabajo de algunos fotógrafos del fandom. Vuelvo



Cosplayers en Crack Bang Boom 6, Agosto de 2015

a insistir en el enfoque hermenéutico que guía la investigación. Para este trabajo la idea del *vesterhen* es fundamental. Todo esto tiene la intención (nunca mejor dicho) de que quienes lean esta investigación puedan vivenciar, si es que aún no lo han hecho, a este mundo de telas y maquillaje, de sueños, deseos, magia e imaginación. Los invito a que recorramos juntos el apasionante mundo del cosplay.

Victoria Amelia Romero Varela (a) Vicky Yun Kamiya



CAPÍTULO 2

TÉRMINOS RELACIONADOS

2.1. La cultura de la resignificación

Antes de adentrarnos de lleno en el tema que nos ocupa, vamos a hacer una revisión de términos relacionados con este, pues consideramos que es fundamental tener muy en claro de qué se tratan. Algunos de estos conceptos son muy familiares para las personas dentro del ambiente del cosplay, pero muy fáciles de confundir para quienes no lo frecuentan. De hecho, es muy fácil reconocer a una persona que no está relacionada con este no tanto por su desconocimiento, sino por su confusión al aplicarlos. Nada es más molesto para la gente del ambiente que esta situación; pues estas palabras están muy ligadas a la idea de la identidad, como hemos comprobado en nuestro trabajo de revisión hemerográfica y en la lectura de investigaciones previas sobre el tema. Por ejemplo, en su tesina Bravo Guzmán, Nieto y Charco Chávez (2010) ofrecen un completo apéndice de treinta páginas. Nosotros optamos por presentar la mayor parte de estos conceptos durante el transcurso de la investigación ya que poseen distinta relevancia con respecto a nuestro objeto de estudio. Además, hacerlo por separado del cuerpo principal iría en contra del espíritu hermenéutico y fenomenológico de nuestro trabajo. No obstante, hemos seleccionados los que consideramos fundamentales pues se repetirán a lo largo de toda la obra y trabajar con ellos en profundidad antes de avanzar más.

Debemos señalar que estos conceptos son muy controversiales en sí mismos pues no todos los miembros de la cultura cosplayer los aceptan de igual modo. De hecho sus significados plenos son objeto de debate al día de hoy. Esto no hace más que poner de manifiesto cuán importante consideran el asunto. Como definiciones enciclopédicas no están muy lejos del alcance de cualquier alfabetizado informático. Basta con buscar en Internet estas palabras y enseguida aparecen definiciones de estos, empezando por la enciclopedia virtual *Wikipedia*. Con un simple ejercicio de “googleo” es posible adquirir un rápido conocimiento. Así que es difícil inferir porqué aun así se presentan tantos errores. Como nuestra mirada es desde adentro del fenómeno, ver lo que pasa desde la mirada de los otros no pertenecientes al ambiente resulta sin duda tan complejo como

para ellos asimilarlos. Una de las explicaciones posibles es que, al tratarse de palabras derivadas de otros idiomas para los cuales no es posible encontrar una traducción lo suficientemente satisfactoria, generen cierto rechazo en los hispanoparlantes. Pero dada la cantidad de palabras que el idioma castellano adopta de otras lenguas, probablemente la explicación sea que existe sobre ellos un “prejuicio”; una carga estigmatizadora que emparenta el significado de estos con lo “raro”, lo “extraño” (de hecho “freak” significa originalmente eso), pero también con lo infantil y con lo peligroso. Veremos brevemente un caso particular.

Durante la temporada más febril en que la televisión argentina dedicada a los programas de entretenimiento se dio a la investigación del fenómeno de las “tribus urbanas”, los cosplayers fueron incluidos dentro de esta tendencia. La propaganda que recibieron gracias a la televisión no fue precisamente la mejor; aunque en algunos informes recurren a preguntarles a los propios actores acerca de sus prácticas, no llegan a la precisión supuestamente deseada ni les quitan su carga estigmatizadora. Un ejemplo claro es una columna del programa “*Bendita TV*”, fechada el 21 de junio del 2010, donde abordan el tema del cosplay. El título del informe “*¿Y si prueban con laburar?*”¹, ya nos da cuenta de ello. Sin embargo, en ningún momento surge la pregunta sobre a qué más se dedican los cosplayers cuando no están haciendo cosplay y se da a entender (por omisión) que *todo el tiempo* están haciendo cosplay.

Pasada la temporada de informes televisivos sobre el tema, el asunto fue olvidado y sepultado en los archivos de los medios masivos, aunque los cosplayers nunca olvidaron lo que ellos consideraron una “discriminación a su cultura”². El tema comenzó a tomar relevancia nuevamente con el caso Ángeles Rawson, la cual fue tristemente célebre por haber sido asesinada en el 2013, y qué se dedicaba al cosplay. Pero como la investigación tomó un cariz que en nada la relacionaba con el

¹ El informe al que hacemos referencia puede verse en: <https://www.youtube.com/watch?v=ApVrTAUTfoo>

² A la fecha de cierre de esta investigación (diciembre del 2015), este video sigue siendo comentado por los usuarios. Uno de ellos, con fecha de un mes atrás expresan: “Yo soy otaku! Y estudio comunicación social para sacar de raje a estos “periodistas” discriminadores de la adolescencia” (Aguss Espinoza). Otro de la misma fecha y más enfocado a la confusión de términos, opina: “...una de las cosas que más me molesta es que dicen esas estupideces por los cosplay además por qué dicen que cosplay y animé no tienen una diferencia. Que porquería.” (Darlin Maestre).

mundo del cosplay pronto fue olvidado nuevamente, para alegría de éste que reaccionó temeroso de otra “ola mediática”. Para más precisiones sobre el asunto recomiendo el trabajo de Libertad Borda y Federico Álvarez Gandolfi (2014) titulado: “*El silencio de los otakus*”.

En consideración a esto, analizaremos varios términos que se encuentran íntimamente relacionados. Señalaremos su definición más habitual y agregaremos a ello las conceptualizaciones que otros autores propusieron de estos términos y se tomarán como guía para nuestro trabajo.

2.1.1 *Cosplay – Cosplayer -Cosmaker*

La palabra **cosplay** es de origen japonés, aunque para su invención se basaron en dos términos de la lengua inglesa: “costume” (disfraz, vestuario, atuendo), y “play” (jugar, ejecutar, poner en acción). De su contracción salió “kosuparu”, es decir la adaptación fonética de cosplay ya que el japonés impide pronunciar ciertos sonidos como en idioma inglés. No obstante, cosplay es la palabra aceptada mundialmente para describir la actividad de disfrazarse de un personaje de ficción. El origen del término se lo atribuye a Nobuyuki Takahashi, cineasta y periodista japonés que denominó así el reciente fenómeno que observaba en Japón y en Estados Unidos de personas vestidas como sus personajes favoritos que circulaban por las convenciones de animé. Así la palabra “cosplay” aparece por primera vez en un artículo de la revista nipona “*My anime*”, publicada en 1983 (Bellizón, 2014). Actualmente tanto la palabra como la actividad tienen alcance mundial.

Ahora bien, existiendo en diversos idiomas palabras para designar la actividad de tomar la apariencia de un personaje de ficción, ¿por qué no solo decir “disfraz” y adoptar otro término? Incluso en japonés ya existía la palabra “kasou” (仮想) y en inglés “dress up”. ¿Por moda, por efecto de la globalización de los términos? La respuesta es simple y sin excluir completamente los motivos que acabamos de mencionar, es justo decir que la carga simbólica de la palabra “cosplay” es diferente. Para

quienes gustan de esta actividad implica una serie de cuestiones vivenciales con la idea de recrear un personaje y mostrarlo.

Hay algo muy importante a destacar: el cosplay representa siempre a algún personaje de fantasía específico, no basta con estar disfrazado de “un pirata”, se tiene que estar disfrazado de Jack Sparrow, el Capitán Garfio, Captain Harlock, y esa identificación tiene que ser lo suficientemente reconocible. El cosplay se hace con el objetivo de alcanzar el máximo de similitud posible con la apariencia de un personaje, lo que implica un gran esfuerzo. Algunos asocian la actividad del cosplay solamente con el animé, quizás porque fue el producto cultural que lo volvió popular en Latinoamérica, pero se puede hacer cosplay de cualquier cosa: un personaje de videojuegos, de animé, de cómics, pero también hemos visto en eventos locales personas caracterizadas como la Caja Cindor, el millonario del juego de mesa “Monopoly”, el Manosanta (el mítico personaje de Olmedo) o el Eternauta.

No todos los cosplays son iguales, sino que son catalogados en diversos grupos según lo que representan y su relación con quien lo representa. Si bien el objetivo del cosplay es parecerse lo más posible al personaje, en algunas ocasiones se permite hacer ciertas variaciones en un sentido artístico. Veremos las diferencias de estas para comprender todas las posibilidades que esta afición brinda.

2.1.1.1 Tipos de cosplays

a) Cosplay en sentido estricto

Se conservan todas las características del personaje original, humano o de apariencia humanoide tal cual son. Se imita su color de cabello y ojos, su peinado, su ropa tal cual aparece en la versión escogida y sobre todo el sexo del personaje (una mujer representa a un personaje



mujer). Por lo general los personajes tienen varias versiones entre las cuales escoger, sobre todo si poseen gran popularidad. Sea cuál sea el caso, la apariencia del personaje debe estar representada íntegramente tal cual es. En el ejemplo vemos a Beatrice del anime *Umineko no naku koro ni* y su versión en carne y hueso interpretada por la santafesina *Aome Katze*.

b) Crossplay

Se trata de la representación de un personaje al igual que en el caso anterior con la variante de que el cosplayer representa un personaje opuesto al sexo que le corresponde. Es decir una mujer hace de un varón y viceversa. Por supuesto el hacerlo tiene todo un grado de complejidad ya que lograr el eclipse de identidad es más costoso y lleva más trabajo



de maquillaje y también de vestuario para tratar de disimular las formas propias de cada sexo. Aun así es común sobre todo que las mujeres representen personajes masculinos, aunque el caso inverso suele presentarse también. En el ejemplo tenemos al rosarino *Cristian Garret* interpretando a Alice (versión vestido negro) del videojuego *Alice Madness Return*.

c) Genderbrent

A diferencia del caso anterior, una versión “genderbrent” (literalmente “género cambiado”) implica no un cambio de sexo del cosplayer sino del personaje. Es decir que si estamos hablando de un varón, se hace una versión femenina o viceversa



“adaptando” los aspectos básicos del personaje como su vestimenta o peinado. El genderbrent supone en general un problema de validación en los concursos principalmente, ya que a no ser que exista una versión popular del genderbrent dentro del fandom (en forma de ilustración generalmente) rompe con el principio de “parecido con el personaje” que es una de las tres categorías usuales de puntuación. En el ejemplo que mostramos más arriba presentamos el desarrollo del genderbrent con los personajes de Italia del Norte e Italia del Sur del manganime *Hetalia*. En la primera ilustración los varones son la versión original y están acompañados por una versión femenina de ellos mismos. En la segunda, las porteñas *Angelita Wolff* y *Mikorin* representan el genderbrent de los personajes.

d) Furry

Se trata de la representación de un personaje con forma no humana, totalmente cubierto como el personaje que por lo general se trata de un animal o monstruo fantástico (como por ejemplo un dragón). La palabra “furry” significa “peludo” en inglés pero pueden ser personajes que no lleven pelo. Son muy complejos porque la persona dentro



del traje debe ser capaz de ver, moverse y en ocasiones hacer gestos. Aquí el sexo del cosplayer no tiene importancia porque no se lo ve lo suficientemente para distinguirlo. Adjuntamos imagen del ganador de Animate 2012, el bonaerense *Lucas lácono*, quien interpreta a Mewtwo del anime *Pokémon*.

e) Kigurumi Kigurumi

Esta palabra de origen japonés (“Kiru” es vestir y “Nuigurumi” significa animal de juguete) designa también a los cosplayers que se personifican como animales, monstruos, etc. Pero a diferencia de lo que



ocurre en el furry, existe en este caso una “adaptación” a la apariencia humana. Generalmente se trata de camperas con capucha o sombreros que imitan las cabezas. Dentro de esta categoría están también las orejas y colas de gato que son accesorios muy populares en los eventos otakus. Este género es muy difícil de ser aceptado como cosplay

en un concurso, ya que para lograr una apariencia reconocible, debe estar muy completa como en el caso del furry. No obstante es muy popular como vestimenta “casual” ya que no requiere tanto esfuerzo y en el contexto de un evento luce muy bien, constituyendo una suerte de moda entre los asistentes. En la foto vemos a *Shencito Ming*, cosplayer paranerense usando un kigurime kigurime completo de Pikachu, personaje principal del anime y videojuego *Pokémon*.

f) Mecha

“Mecha” es la palabra con la que los japoneses designan a los robots gigantes y también pueden englobarse ciertas maquinarias (autos, aviones, etc). Dentro del cosplay constituyen toda una especialidad, ya que se trata de crear una armadura que represente al robot en cuestión y tenga la posibilidad de



articular los movimientos de quien la lleva. En ocasiones las llevan dos personas, en que se dividen las partes (por ejemplo en los cosplays de la serie *Transformers*, donde el mecha pasa de robot a auto según su posición). Como en el furry, el tema del sexo y el parecido no es

importante ya que se ve a la persona en lo estrictamente necesario (generalmente solo los ojos). La elaboración tiene gran importancia ya que de la elección de los materiales (que van desde el cartón hasta el plástico termoformado) depende en gran parte el resultado. En la foto vemos a *Alejandro Moye*, cosplayer rosarino que lleva puesto un cosplay del mecha Gran Chiarot, del anime *Akame ga kill*.

Más allá de las categorías, algunas personas realizan cosplay de forma “paródica” (lo que lo acerca en parte a la idea tradicional del disfraz) pues ponen poco acento en su parecido real con el personaje. No obstante la confección del traje sí presenta una muy buena calidad. Un ejemplo que se ha vuelto muy popular en el último tiempo es el cosplay de Sailor Moon que ha hecho *Vice*, el cantante del conjunto musical japonés *LadyBaby*. Este australiano es conocido por su afición no solo a la música del género metal, sino también a la lucha libre. Su representación de Sailor Moon rompe completamente con la idea del parecido del personaje (manifiesta en el uso de la barba y el pelo castaño), pero la confección del traje manifiesta una buena calidad y cuidado.



Es cierto que la vida de un cosplay es limitada, dura lo que duran uno o dos eventos en los que el cosplayer lo luce, y a lo sumo queda inmortalizado en algunas fotos. Pero el proceso que implica llegar a ese resultado es mucho más amplio. Dice al respecto el periodista Igor Gobbi:

“Se podría definir al cosplay como una obra de arte viviente, ya que la creatividad es una de las primeras cualidades que se deben poseer para realizar arte. La segunda consiste en demostrar que se tiene la capacidad de materializar un pensamiento.” (Gobbi, 2010: 26-27)

El cosplay es, en primer lugar, una idea a través de la cual alguien elige representar un personaje ya sea porque le guste este, le guste la

historia de donde sale o simplemente le parece original y divertido hacerlo. Luego comienza la fabricación, la cual puede durar algunos días, meses o hasta años, según el nivel de dificultad del traje. Influye también el tiempo que se le pueda dedicar a la confección y el dinero que este demande. Finalmente llega el momento de lucirlo en vivo, y luego es vendido a otro cosplayer, desarmado para recuperar materiales o guardado como un recuerdo. Pero, actualmente es posible inmortalizar la “obra de arte” en fotos que en un primer instante se conservaban de modo particular, pero ahora son difundidas a través de la Web en páginas de Facebook, Deviantart y otros sitios especializados en este hobby. A quienes participan del mundo del cosplay, les gusta pensar en este como un hecho artístico, lo que trae implícito la seriedad con la que lo viven y también con la que esperan ser tratados.

Cosplayer es aquel que “pone en acción”, “actúa”, “juega” el cosplay, es decir la persona que lo porta. Ser cosplayer también requiere ciertos cambios físicos momentáneos, como pintarse el pelo y usar pelucas y lentes de contacto, prótesis para el cuerpo, zapatos de taco, etc. La caracterización puede ser más o menos lograda, pero debe ser completa. La calidad de los materiales también adquiere relevancia, lo vuelve más real, menos “disfraz”. Algunos cosplayers usan un *nickname*, una suerte de nombre artístico. Aunque otros tipos de fans los usan (en foros o en las redes sociales), para estos artistas es muy importante pues es del modo en que su público los identifica. Más que para ocultar su identidad (que en verdad está muy expuesta), su uso se debe al deseo de sobresalir, como ocurre con otros tipos de artistas. Sin embargo, las restricciones que Facebook ha puesto en los perfiles a usar nombres de fantasía, ha obligado a muchos cosplayers a volver a sus nombres reales en perjuicio de su imagen pública.

Los cosplayers no deben lucir sus trajes de forma estática, sino que deben en momentos específicos representarlo, actuarlo (el *play* en la palabra) con las características del personaje al que emula. Estos momentos son dos: el de la *performance* (actuación) en un escenario durante un concurso o desfile, o la pose para el momento de la fotografía.

Jack Sparrow, por seguir con el ejemplo, debe moverse o posar con sus gestos exacerbados y laxos. Guzmán, Charco Chávez y Nieto (2010: 109) llaman a esta situación “*eclipse identitario*”. Esto pone el acento en lo singular de la interpretación, cada persona le dará vida a un personaje tanto en el aspecto exterior como el interior desde su propia visión, al que lo nutre de su propia energía viva. Por este motivo no existen dos cosplays iguales, aún si al mismo traje lo usan dos personas distintas. Incluso la misma persona usando dos veces un mismo traje nunca será idéntico. Esto nos hace pensar en el concepto de Walter Benjamin (1989) sobre el aura, esa singularidad que poseen las obras de arte, y que en el caso de esta actividad es bastante notorio. El cosplay en el cuerpo vivo del cosplayer es una obra de arte viviente que está siempre siendo afectada no solo por quien la lleva sino por su entorno.

Para ser cosplayer no hay un requisito de edad o sexo, u otra definición del tipo cuantitativo. Más allá del estar inserto dentro de un ámbito más grande, el del fandom (que desarrollaremos en párrafos posteriores), dedicarse a esta actividad no significa desprenderse de la vida cotidiana. Es, como dice Henry Jenkins, una actividad que se vive en un “*mundo de fin de semana*” (Jenkins, 2010: 313-324), o para ser más amplios, durante el tiempo libre. Para este trabajo hemos elegido dos informantes claves: Ana Bertola y Ezequiel “Eze Lia” Blanco, los cuales son muy reconocidos en el ambiente nacional. Ambos tienen 29 años, pero Ana vive en CABA y Ezequiel en Adrogué. Ella es estudiante de diseño de vestuario mientras él es abogado y trabaja en una oficina impositiva del estado. Ana es soltera, aunque está de novia con Gabriel Díaz, fotógrafo de profesión, desde hace varios años y vive con sus padres. Ezequiel comparte un departamento con su novia Mandy, la cual también es cosplayer y estudiante del profesorado de historia. Si bien ambos entrevistados comparten una edad y experiencias similares dentro del fandom, encontramos muchas personas diversas en el ámbito del cosplay. Estos van desde niños pequeños, adolescentes y jóvenes, hasta llegar a adultos que hacen cosplay. Algunos de ellos asisten caracterizados con sus hijos pequeños, y otros acompañan

caracterizados a sus hijos jóvenes y adultos también caracterizados, armando una suerte de “familia de cosplayers”.

Tanto Balderrama y Pérez (2009) como Guzmán, Charco Chávez y Nieto (2010) enmarcan sus investigaciones sobre quienes hacen cosplay dentro de las culturas juveniles. Aunque no está dentro de nuestros objetivos estudiar la vinculación entre ambas cuestiones, nos permitimos ponerla -al menos- en cuestionamiento por lo explicado antes. Si bien es cierto que en la actualidad la mayoría de interesados en esta afición son adolescentes y jóvenes, en los siguientes capítulos veremos que si bien el nacimiento de este fenómeno está ligado a estos actores no lo está necesariamente su desarrollo. Además con la permanencia de esta actividad a lo largo del tiempo, nos hace sospechar que esta actividad podría ser o va en camino a convertirse en algo similar al fenómeno del rock. Es decir, que *nace* como una expresión de la juventud y se irradia a otras franjas de la sociedad. Observemos siguiendo nuestro ejemplo, que el rock cumplió recientemente cincuenta años y algunos de sus fundadores todavía siguen activos (a los Rolling Stone se los apoda “Los abuelos del rock”), pero ya no son jóvenes más allá de que la juventud pueda ser una categoría contingente. Como nuestro trabajo no toma esa línea de trabajo, sólo mencionamos esta visión acerca del cosplay.

Los motivos detrás de los cosplayers son tan amplios como ellos mismos, pero ante todo existe una necesidad lúdica de diversión, de desesterarse. Ezequiel lo explica de este modo:

“¿Por qué uno empezó a hacer cosplay? Porque le gustaba, porque era un hobby, porque le parecía divertido (...) Y ahí está la palabra: divertirse. Divertirse, yo creo que hoy en día es lo más importante”.

A la misma pregunta, Ana respondió:

“Es la base (...) cuando empezó el cosplay era el hecho de representar un personaje que te gustaba y uno lo hacía para divertirse. Luego pasó lo de los torneos o pasó lo de las fotos y sigue siendo divertirse. ¿Cambió la manera de ver el cosplay o de hacer el cosplay? Sí, seguro pero igual uno se sigue divirtiendo haciéndolo (...) O sea eso de ¿qué personaje puedo buscar para hacer cosplay? Es como esa “carrera”, entre comillas para seguir haciendo. Es como parte del hobby. Uno ya tiene la costumbre de decir: ‘voy a hacerme un personaje’. Y eso es porque a uno le divierte o le trae algún tipo de satisfacción”.

También implica una necesidad de reconocimiento, y de aceptación por parte del público. Balderrama y Pérez (2010: 128) desarrollaron una tipología de las razones que llevan a una persona a hacer un cosplay, algunas son de carácter más íntimo (la satisfacción de fabricar un traje y representar un personaje similar u opuesto a ellos) y otras de carácter más público (exhibirse ellos y su trabajo y tal vez ganar un premio). Pero nuestros entrevistados no hicieron la misma relación, aunque hablaron de todos estos puntos como de las cosas que le resultan divertidas de su actividad. Además señalaron *un cambio* dentro de los objetivos que buscan con el cosplay, en relación a los cambios que ha vivido este fenómeno. Actualmente Ana y Ezequiel coinciden en que existen tres tipos de cosplayers:

-Cosplayers “de eventos”, los cuales principalmente cumplen con la función de ir a los eventos de cómic/anime y circular por ellos con el traje puesto.

-Cosplayers “de escenario”, que se empeñan tanto en crear el traje como la “perfo” para hacer un número en un concurso y aspirar al premio.

-Cosplayers de “fotografía”, que surgió hace muy pocos años y que son aquellos que preparan el traje principal o exclusivamente para sesiones de fotos y publicarlas en la Web.

Más allá de la última categoría mencionada, un cosplayer sabe que hizo bien su trabajo cuando captó la atención del público, especialmente de los *kamekos*, es decir los fotógrafos; y también del público en general. Algunos de ellos alcanzan fama mundial. El cosplay también es una forma de *vinculación social* pues a través de él es posible conocer gente y hacer amigos, incluso parejas de gustos similares. Como actividad, sólo adquiere su pleno sentido en la compañía del grupo de aficionados. Ana nos habla de su experiencia en ese sentido:

“Para el momento de ir al evento yo siempre llego (...) y me quiero cambiar ya (...) y después como no sé, tratar de disfrutar el evento. Siempre está bueno que la gente venga y te pida una foto o te venga a hablar de lo que hiciste”.

A su vez explica que cuando ella va con su cámara, también se acerca a pedirle fotos a otros cosplayers. Algo que decepciona y entristece a quienes comparten esta afición, además de pasar desapercibidos, es que no reconozcan a los personajes que interpretan. El personificar tal o cual personaje es una expresión de su fanatismo por este o por la historia de la que surge.

La persona que confecciona el traje es denominada **cosmaker**, es decir el “hacedor del cosplay”. No todos los cosplayers son cosmakers, porque para ello se necesitan habilidades técnicas que no todos los que se dedican a esta actividad los poseen. Muchas veces los cosmakers son miembros de la familia, o amigos. En otro caso se recurren a modistas y otros artesanos, pero más frecuente es encargarlos a alguna persona con cierta fama en el ambiente del cosplay y que se ofrece a encargarse de la elaboración de un traje, un accesorio o el peinado de una peluca a cambio de una retribución monetaria. No obstante algo es seguro: es de vital importancia que todo o gran parte del armado del cosplay sea artesanal más allá de las manos de quién lo haga, pues usar trajes comprados de tiendas que los hacen al por mayor es considerado generalmente de mal gusto por la gente del ambiente. En algunos concursos directamente no se los acepta ya que se piden carpetas que den cuenta del proceso de elaboración con imágenes y explicaciones.

Los costos de este hobby son muy variados, pueden ir de usar materiales que encontramos en la casa a cifras de mucha envergadura. Por eso es común como hemos dicho el reciclado de partes (telas o repeinado de pelucas), o los préstamos de algún accesorio. Cuando una persona ya tiene varios trajes en su haber, va eligiendo a los personajes no sólo por su gusto sino por los materiales que dispone y también por su parecido probable en la caracterización. Estas son estrategias para poder dedicarse a la actividad con continuidad. Algunos distinguen entre “hacer cosplay” una o dos veces de modo ocasional y “ser cosplayer” (Sepúlveda Paris Ramírez, 2009) en parte por lo que mencionamos antes y en parte por su deseo de “especializarse”, aprender nuevas técnicas y buscar nuevos desafíos en lo que hacen.

La mayoría de los cosplayers ejercen la actividad por diversión y sin recibir una retribución monetaria (más allá de los premios que puedan ganar en un concurso), pero existen algunos casos en que su hobby toma un cariz lucrativo, ya que al tornarse conocidos son contratados para promocionar algún producto, como por ejemplo un videojuego. A estos la investigadora y cosplayer mexicana Inglaterra Martínez (2005) los denomina “*profesionales*” o “*freelance*”, los cuales comparten esta categoría de expertos por la calidad de sus trabajos. Sin embargo en Argentina se usa el término profesional para referirse a los cosplayers de mucha notoriedad en la escena local. Esta categoría es bastante controversial tanto en su uso como en la connotación que trae, pero nos ocuparemos de ello en capítulos posteriores. En otros países, este hobby les sirve a algunas personas como propaganda para saltar a otras actividades del espectáculo: por ejemplo la italiana Francesca Danny se hizo famosa por haber ganado el *World Cosplay Cup* (un concurso internacional del cosplay) lo que le abrió las puertas a una carrera como modelo profesional.

Si bien muchas personas gustan de este entretenimiento y muchos gustan de verlo o sacarse fotos con los cosplayers; no todas las críticas son buenas. Creemos que con el tiempo el grueso de la sociedad se ha acostumbrado más pero en un primer momento esta afición era muy resistida y tomada a burla, incluso por el público que asistía a los eventos. Las críticas, como hablábamos en la introducción suelen girar acerca de un número de tópicos más o menos definidos: la “exageración” del fanatismo y por ende su peligrosidad. También el no perseguir un fin utilitario o el gasto excesivo de dinero puesto en la afición. Pero el temor más extremo tiene que ver con una posible disociación de la personalidad. El psicólogo Abraham Avila (Marisol B.G., 2012), explica en este sentido que hay “personajes”, es decir estereotipos sociales, algunos más aceptados que otros. Todas las identidades son “fragmentarias” de algún modo, pues nadie se dedica a su profesión, actividad o rol todo el tiempo, sino que se adecúa al ambiente en qué se mueve. En ese sentido Avila piensa que tanto ser cosplayer como ser médico, o lo que sea puede

ser patológico sólo si no puede despegarse de su “personaje” social cuando así lo requiera. A su vez señala que los cosplays, sobre todo los de animé, son más temidos por el hecho de ser menos conocidos popularmente. Y siempre se teme (y se rechaza) lo que no se conoce. Desde nuestro punto de vista, los cosplayers sufren la carga negativa que recae sobre sus grupos de origen, pues ellos pertenecen a colectivos mucho más grande: el de los fans o frikis (o alguna de sus concepciones más focalizadas como “gamer” u “otaku”).

2.1.2 Otaku- Otako

La palabra *otaku* /お宅 también es proveniente del idioma japonés, y se compone de “O”, sufijo que se coloca a los sustantivos en lenguaje extremadamente formal y el kanji (ideograma) de “ike”, que significa “casa”. En su acepción primaria es una forma respetuosa de decir “tú” (existe una gran cantidad de deícticos en japonés para la identidad), vinculada a una forma particular de referirse a las amas de casa. Pero de allí su significado derivó para referirse a gente joven ante todo con algún tipo de afición que se considera inútil, al menos en los valores estándar que impone el mercado. Varias son las teorías que dan origen a quien comenzó a aplicar el término, lo cierto es que para principio de los años '80 ya se lo utilizaba en referencia a lo antes explicado. Así que en este sentido el otaku se podría traducir como una persona “de su casa” o “que se recluye en la casa”. Para referirse a las personas la palabra se escribe directamente en hiragana (alfabeto silábico japonés) おたく

La idea de otaku para los japoneses es la de un ser recluso, el cual está poco o nada inserto en el mundo del trabajo o el estudio y casi no se relaciona con el sexo opuesto. Pero es ante todo una persona obsesionada con alguna afición que le permitiría escaparse de la realidad: esta puede ser las historietas, el animé, pero también la fotografía, el automovilismo, “idols” (artistas jóvenes japonesas), la moda, entre otros.

El caso de Tsutomu Miyazaki, ayudó en gran parte al mito y a la estigmatización final. Entre 1987 y 1989 asesinó a cuatro niñas, luego las

fotografió y abusó de ellas. En el momento de su arresto se encontraron más de 6000 videos casi todos de animé “gore” (sangriento) y fotografías de pornografía infantil, por lo cual la prensa lo denominó “el asesino otaku”. Posteriormente se supo que padecía esquizofrenia además de una deformación congénita en las manos, lo cual le creó enormes complejos desde la infancia para relacionarse con los demás, aunque poseía una gran inteligencia y talento para el estudio (Blog “Escrito con sangre, 2014).

Luis Perillán (2009), en su estudio sobre la videoanimación japonesa, recoge del periodista francés Etienne Barral algunas características de su investigación sobre el otaku japonés. Estas son:

-Alta valoración del saber: aunque es un saber enciclopédico se lo considera inútil, por ejemplo todos personajes que interpretó un mismo “seiyuu” (actor de voz), pero que le da status dentro del grupo.

-Tendencia a la especialización: concentrarse en una sola actividad, a veces una sola serie, artista, etc.

-Alto manejo tecnológico: están a la vanguardia de los adelantos tecnológicos (muchas veces se asocia ciertas prácticas otaku con la cultura hacker) pero no los usan con un fin utilitario.

-Retraso de la entrada al mundo laboral: parece ser un fenómeno generacional japonés, están cómodos viviendo con sus padres y no necesitan trabajar por el alto promedio de vida de las familias niponas.

-Retraso del desarrollo de la sexualidad: por la prioridad dada al aprendizaje escolar y por el consumo de pornografía.

-Perversión de las reglas del mercado: según Barral es la verdadera batalla otaku, pues se apropian y resemantizan conductas (como la necesidad permanente de especialización en lo laboral), aunque algunas de ellas sean en verdad ilícitas. Una de ellas es la violación de derechos de autor en las parodias, la descarga ilegal de material, etc.

Perillán agrega a Barral la tendencia a la acción de los otakus a través de muchas acciones como las creaciones de “model kits”, organizaciones de eventos, “fanzines”, etc. y considera que el cosplay es una de las manifestaciones más patentes (Perillán, 2009: 15).

Esta conceptualización del otaku japonés posee una carga más bien negativa que no podemos evaluar desde nuestra posición si es justificada o no, responde en gran parte a conductas insertas en el orden social nipón. Así también lo señala Perillán. La sociedad japonesa tiene parámetros de orden muy marcados en su modelo educativo y también en lo laboral, todo aquel que intente salirse del esquema es considerado “raro”. También son conocidos sus modelos jerárquicos, heredados de la tradición medieval pero que han encontrado sus nuevas formas en la vida moderna. Hay una gran valoración del saber, en medida de aumentar la productividad. Pero, si alguien no puede o no quiere adaptarse a este orden, no tiene espacio en el orden social. Desde ese punto de vista, los otakus son raros en todo sentido. Contradicen el orden, pervirtiendo como se dijo anteriormente estas tradiciones y este modelo para sus propios intereses. Y después están las características más resonantes y si se quiere preocupantes: su pobre desarrollo sexual, algo difícil de establecer, porque es algo muy personal y se puede deber a muchos motivos. Y, finalmente, está el retraso a la entrada del mundo del trabajo. Esto sí es un fenómeno muy particular. Actualmente Japón es un país desarrollado, con una situación ventajosa con respecto a muchos países (pese a sus más de catorce años de recesión) pero no siempre fue así. La generación post segunda guerra mundial se encontró en un gran problema, el de reconstruir el país lo que implicó un gran esfuerzo. Los hijos de estas personas se encontraron con que su nivel de vida era diez veces más alto; en vez de esforzarse por sostenerse en la vida, se pudo dar el lujo de pensar en otras cosas, y también de pensar distinto a sus padres y abuelos. Muchos movimientos artísticos y sociales surgieron en Japón en la década del ochenta además de los otakus: el “*visual kei*”, el “*lolita*”, por mencionar los más conocidos en Occidente. “Ganarse la vida” no es una prioridad. Pero eso sería una explicación reduccionista que liga todo a la

idea del mercado, hay satisfacciones que no pasan por lo material, sino por la necesidad de construir identidad y diferenciarse de los demás. En eso los otakus se destacan, como lo demuestran sus costumbres.

Como hemos podido ver, muchas de estas características sólo se comprenden al interior del estilo de vida japonés. Nuestras sociedades occidentales poseen una historia y características diferentes, es por eso que no se puede extrapolar directamente el concepto de otaku tal cual su significado original. Sospechamos que la palabra se popularizó a través de algunas revistas europeas dedicadas al manga y el animé, que llamaba a sus fans “otaku”. Posiblemente tomaron la idea de un pequeño corto animado del Estudio Gainax, llamado *Otaku no video* (El video de los otakus) que mezclaba parte de animación con imagen real a modo de falso documental. En este se mostraba la vida de un grupo de universitarios interesados en los “doujinshis” (historieta amateur), y que son en cierta forma marginados por sus intereses, sobre todo el protagonista que recibe constantes reproches de su novia.

El fenómeno del animé llegó a Latinoamérica en la segunda mitad de la década del ´90 como veremos más adelante, impactando principalmente en países como México, Brasil, Perú, Chile y Argentina. Fue allí que empezaron a salir las primeras revistas de información (principalmente destinadas al público infantil) y los primeros programas de televisión que empezaron a hablar de animé. Muchos de estos siguieron a sus colegas españoles y empezaron a emplear el término otaku para referirse a los fans del manga y sobre todo del animé. De hecho una revista de la argentina Editorial Vértice se llamaba “*Otaku última generación*”. Sin embargo, también comenzó la controversia.

Durante muchos años del *fandom* (el grupo de fanáticos) argentino el concepto fue resistido y hasta hoy lo sigue siendo. Por lo apreciado en otras investigaciones latinoamericanas en otros países ocurre exactamente lo mismo. Muchos fans se niegan a llamarse otaku a sí mismos, y si lo hacen siempre hacen la aclaración de que lo es en el sentido que remite a ser fan del manganimé y estar inmerso en las

prácticas culturales que esto implica, no en un sentido japonés. Con el tiempo la palabra fue ganando cierta fuerza, convirtiéndose como dice Álvarez Gandolfi (2014) siguiendo a Rossana Reguillo Cruz un *estigma en un emblema*, lo que tiene bastante lógica puesto que no parece haber surgido una palabra mejor para identificar a este grupo de personas³. Incluso, por lo que expondremos a continuación, el término parece ser más aceptado en la gente más joven y que ahora oscila entre los trece y veinte años. Estos jóvenes se introdujeron en el ambiente de niños; accediendo a la información no tanto de revistas y televisión sino a través de la Internet, donde han aprendido sobre el tema de un modo más globalizado.

Ahora bien, ¿qué implica ser otaku en la cultura occidental latinoamericana? Balderrama y Pérez Hernainz señalan algo muy importante: no significa una abstracción de la sociedad, “no se deja de ser venezolano, ni estudiante ni hijo por ser otaku”. Sí es una categoría identitaria porque dice algo de la persona, y del grupo que conforma en relación a un otro “no-otaku”. Y esto último es fundamental: todos los investigadores latinos coinciden en un punto clave: ser otaku implica una gran relación con el grupo de pares (pares en cuanto a que comparten la cultura otaku) con que intercambia objetos materiales y simbólicos, desde esta relación construye su identidad. O sea todo lo opuesto al otaku japonés que es solitario y retraído. La edad de los otakus es algo muy variado, pero por lo general oscilan entre los doce y treinta años, por lo cual este fenómeno es asociado muchas veces a las culturas juveniles. Para nuestro estudio nos interesa resaltar de Balderrama y Pérez Hernainz el concepto que ellos elaboran, como categoría de estudio que implica diferentes facetas de la problemática, del “ser otaku”:

-Ser otaku es ser joven y ser niño al mismo tiempo: este concepto está muy ligado a la mirada de los otros, que entienden que las prácticas de este son infantiles: ver animé es ver dibujitos y los dibujos animados son para niños, el cosplay es un disfraz y los niños son los que se

³ A su vez Mat Hills denomina a este proceso de identificación como “solidaridad semiótica”, en relación a la aceptación de los fans estadounidenses del anime a llamarse a sí mismos “otakus” (Jenkins, 2009: 197)

disfrazan, etc. Se le pide ante todo que madure, que “se enfoque en otras cosas”. Es cierto que muchos comenzaron viendo animé principalmente en su infancia, aunque no todo el animé sea para niños ya que hay género decididamente adultos como el “ecchi” (erótico). Ante esto puede responder de dos maneras: o bien no haciendo muestra de su afición ante gente por fuera de su grupo de pares, o bien hablar de animé solo con amigos, haciendo cosplay en espacios seguros como los eventos, etc. Otros en cambio enfrentan directamente la crítica definiéndose a sí mismos como “niños”, pero en vez de ofenderse, los enorgullece el ser llamados de esta forma.

-Ser Otaku es vivir temporalmente en un mundo de fantasía: el manganimé ofrece un mundo de fantasía tanto de lo representado como en la forma de su representación (por ejemplo los ojos grandes como reflejos de la emoción), lo cual es muy atractivo para sus seguidores, a quienes les gusta investigar sobre el tema y desarrollar ciertas actividades (dibujar, hacer cosplay, etc) que le proporcionan una válvula de escape al estrés cotidiano. Pero esto no pasa desapercibido por los demás que los acusan de no estar bien plantado en la realidad, de ser unos locos. Frente a esto los otakus resaltan el carácter temporal de su mundo de fantasía, el hecho de no tener un real deseo de permanencia indefinida en esta. Y tienen razón: un cosplay sólo se usa dentro de las convenciones, un cosplayer actúa como el personaje sólo en el escenario o para las fotos, no le interesa hacerlo todo el tiempo.

-Ser otaku es solidarizarse con sus pares: el otaku no vive su afición en solitario, le interesa mucho compartirla con los demás. Invita gente a sumarse a su grupo, va guiando a los nuevos en su mundillo, comparte sus colecciones y le gusta difundirla. Crea redes de contacto, tanto por Internet como en la vida real. Sostiene sitios de Internet de información, y también de creación de fanarts, de fanfics y de cosplay en los que los interesados en alguna actividad se van ayudando entre sí. Entre la meta de los grupos otaku está el que se vea su gusto como algo normal, libre de prejuicios mostrando que todo el mundo ha visto alguna vez por lo menos un animé.

-Ser otaku es ser parte de una cultura otaku: si bien la Internet lo acerca al referente mayor que es Japón, la distancia geográfica lo separa. Su fascinación no sólo se limita al animé y al manga, sino por conocer las costumbres, la comida, el idioma que es representado en estos. El otaku está condicionado por la globalización, pero ante todo es una adaptación del concepto original. Resignifica lo que consume al infundir significados particulares a estas actividades que se traducen en prácticas culturales. Muchas revistas de información otaku han hecho un proceso de adaptación a los valores culturales locales. Un gran ejemplo fue la revista argentina *Lazer* que, con su lenguaje totalmente informal y “porteño” titula un artículo acerca del animé de la *Cazafantasmas Mikami* (una suerte de cazarrecompensas del más allá que poseía tanta belleza como avaricia): *Ghost Sweeper Mikami* (el nombre original de la serie), y de subtítulo “*Aceptamos Patacones*”, en referencia a los bonos de emergencia económica bonaerenses emitidos durante la crisis del 2001 (Vicente, 2002: 66-68).

Últimamente apareció en el imaginario del fandom argentino el término *otako*. Aunque no es un término usado con mucha frecuencia, nos interesa sobre todo su contenido semiótico. El otako sería una persona que dice ser parte de la cultura otaku, pero conoce muy pocas series (por lo general solamente *Dragon Ball* o *Naruto*) y más bien está involucrado en esta afición por moda y no por verdadero interés. En este caso sería una suerte de “poseur”, al que los “verdaderos otakus” consideran un “falso otaku”. Aunque el término es de uso más bien local, en otros países existe esta diferenciación en el nivel de fanatismo. A este respecto, Luis Perillán señala que los otakus chilenos critican a aquellos que usan chapitas (pines) en exceso, los “*chapamones*”, que son una suerte de otakus muy visibles para el común de la gente, pero que dan mala imagen a los verdaderos otakus.

2.1.3 Gamer

“*Gamer*” es un anglicismo para definir al fanático de los videojuegos, obviamente derivado de la palabra “*videogame*” es decir

“videojuego” y la partícula “er” que como explicamos en el caso de los cosplayers es el “que pone en acción, el que ejecuta”. No obstante no parece tener una carga tan estigmatizadora como otaku o friki, de hecho el término para una persona obsesionada con la idea de jugar es “ludópata” o sino es más común usar el término “hardcore gamer” (jugador “duro”). No todos los jugadores de videojuegos son gamers, el serlo implica estar dentro de una cultura o afición que aspira a no simplemente jugar un juego fácil y pasar el rato. El gamer aspira a conseguir buenas consolas o emuladores de PC, mejorar su puntuación y sus tiempos de juegos, descubrir trucos, buscar información de videojuegos en revistas o Internet y compartirla con otros, participar en torneos, etc. También presta atención a muchos detalles de los juegos, como la narrativa, la gráfica, la música, es entonces un consumidor crítico. A su vez según el tipo de consola que usa o sus habilidades en el juego existen distintos subgrupos (Blog: De tribus urbanas, 2015).

Si bien los gamers tienen sus propios espacios, como los torneos de videojuegos como el *Counter Strike*, *League of Legend* (conocido popularmente como *LOL*) son como grupo muchísimo menos visibles que los otakus o que los mismos frikis. Si bien muchas veces los eventos dedicados al animé y afines les dan espacios a pequeños torneos (sobre todo de juegos derivados de animés como *Dragon Ball*) sus presencias en esto apenas si son notorias. Mucho tiene que ver con las características propias de los videojuegos, que exigen estar quieto y concentrado en un mismo lugar, necesita muy poco y nada de espacio para desarrollar su actividad. Otro motivo posiblemente sea que la cultura gamer ganó espacios propios antes que los otakus y los frikis, como los salones de videojuegos tanto de las viejas máquinas de fichines como las tiendas especializadas. Después tomaron posesión de los “cibers” en la época de auge de estos cuando comenzaban los primeros juegos en red.

Otakus y gamers no parecen llevarse del todo bien como se podría suponer. Los gamers, tal como señala el artículo de Federico Álvarez Gandolfi “*Culturas fans y culturas masivas: prácticas e identidades juveniles de otakus y gamers*” (2014), califican a los otakus como

“zarpados”, “frikis” o “loquitos”, que de algún modo exageran su fanatismo, usando palabras en japonés o haciendo mucho ruido, e interfieren en su deseo de “divertirse sanamente”. A su vez los otakus no ven con buenos ojos a los gamers, o mejor dicho al sector de los gamers denominados “niño rata”. Un niño rata es descrito como un gamer prepúber que se caracteriza por tener voz muy chillona (imitando la que sale los micrófonos de las computadoras aunque otros dicen que se trata de su juventud) y mostrar un comportamiento hostil para aparentar rudeza, pues insulta constantemente mientras participa en juegos online de gran popularidad estilo *Minecraft* o *PES*. Además llora si pierde y dice que le hicieron trampa. El término lo inventó el *youtuber* Duxativa en uno de sus videos y se inspiró en un capítulo de Los Simpson en que Bart aparece transformado en rata (Gamerdic, 2013). Los “niños ratas” se han convertido en todo un grupo en sí mismo, teniendo sus propios ídolos en algunos youtubers como Vegetta777 y Rubius (Palay, 2014).

No obstante, diferencias mediante, ambos grupos tienen mucho de común y un espacio de encuentro en los eventos, que es justamente el cosplay. Muchas personas empezaron en este hobby por ser gamers, en tanto que les nació el deseo de representar un personaje favorito en los videojuegos. Puede decirse incluso que los videojuegos siempre tuvieron sus representantes en los concursos desde que estos apenas surgieron en las convenciones de fanáticos (que antes de hacer foco en los animés hacían foco sobre los cómics estadounidenses) con cosplays de Chun Li o Ryu de *Street Fighter* o Scorpion de *Mortal Kombat*. Además animé y videojuegos están muy emparentados, como lo muestra el concepto de videoanimación japonesa que veremos más adelante.

2.1.4 Friki

Así como Otaku es una palabra utilizada para designar al fan de la japoanimación, se usa con menos frecuencia el término “friki”. Proviene del término de habla inglesa “freak” que denominaba a gente rara o extravagante por su aspecto o comportamiento. Con frecuencia se denominaba como “freak show” a las atracciones de los circos como

enanos, mujeres barbudas y demás. Con el tiempo la palabra pasó a designar a:

“personas que se catalogaban de extravagantes, producto de tener por lo menos una obsesión extrema o extraña con un tema en concreto; en el cual normalmente eran especialistas. Los temas de interés clásicos de los frikis se caracterizan por no estar aún aceptados ni bien vistos por la sociedad, considerándose normalmente gustos infantiles, inmaduros e impropios de la edad del sujeto. Estos temas están relacionados comúnmente con el desarrollo y manifestación de la imaginación, creatividad e inteligencia y no tienen necesariamente relación con el nivel de desarrollo socio-emocional del individuo” (Blog: Significados, 2015).

Al parecer fueron los mismos aficionados a temas relacionados con la ciencia ficción y la fantasía, como películas, series de TV, libros y también cómics los que comenzaron a reunirse en grupos denominados *“freaks groups”*. Con la globalización el término se castellanizó popularmente como “friki”. De hecho incluso aparece en el diccionario de la Real Academia Española (2015), en el cual también acepta la escritura de “friqui” y lo define según su significado original (de extravagante) y también como *“persona que practica desmesurada y obsesivamente una afición”*. Esta definición obviamente no tiene en cuenta el valor que quienes se engloban bajo este colectivo, de hecho una vez más vemos el término asociado a significados negativos.

Pero otra vez vemos también una vez más el proceso de resignificación de los términos por parte de quienes son nombrados de este modo. Una prueba patente de ello es que el 25 de mayo fans españoles de *Star Wars* hayan declarado en 2006 el *“Día del orgullo friki”*, ya que fue la fecha en que en 1977 se estrenara el primer film de la saga. Como sus mismos creadores explican en su sitio web www.orgullofriki.com (2015) comenzaron en parte para encontrar un término que englobara a los aficionados, y por el otro para conseguir descuentos en librerías especializadas. Finalmente derivó en una suerte de reunión/ desfile que se organiza todos los años en las calles madrileñas. Un antecedente del intento de elegir una fecha lo encontramos en fiestas temáticas organizadas en bares de New York

entre 1999 y 2000 con el nombre de *Geek⁴ Pride Festival* (Bean, 2013). Con el tiempo la fecha ha ido ganando popularidad gracias a Internet, aunque en Argentina no es muy tomada en cuenta como una celebración presencial sino exclusivamente en la Red, seguramente por su obvia superposición con el aniversario de la Revolución de Mayo.

2.1.5 Fan –Fandom

La palabra “*fan*” (traducible en castellano como “fanático”, aunque su forma abreviada es mucho más común coloquialmente) no es tanto un término utilizado por las personas al interior de los grupos de aficionados sino que es usado por el común de las personas para referirse a ellos. Además debemos señalar que es el término utilizado a nivel académico para estos actores en la corriente de estudio que se conoce como “*estudios sobre fans*”.

Fan deriva del término latín “*fanaticus*” que a su vez viene de “*fanus*”, es decir los templos dedicados a los dioses. Los fanaticus eran los vigilantes de los templos, luego se aplicó a los que iban a rendir homenaje a estos, y que adoraban a los dioses de un solo culto ya que en aquel entonces era común rendirle culto tanto a dioses romanos como a otros locales (Helena, 2015). De allí que fanaticus es asociado a alguien que adora algo de modo muy intenso y de forma única. Esto nos lleva a pensar en que se trata de un culto, un amor obsesivo que derivó el término “fan”. Como bien señala Henry Jenkins (2010) en su obra “*Piratas de textos*”, a finales del siglo XIX lo comenzaron a usar los comentaristas deportivos para referirse a los asistentes a los espectáculos deportivos, y luego se expandió a las mujeres que iban a las obras de teatro interesadas en algún actor en particular. No vamos a extendernos mucho más acerca del asunto que lo ya explicado en los términos de otaku y friki, siempre la idea ronda en la obsesión malsana de los fanáticos. Eso sí, el término “fan” es mucho más amplio, porque aplica no solo a los distintos

⁴ Hay que aclarar que aunque no es objeto de nuestra investigación, los “geeks” tienen cierta relación con la cultura friki y se denomina así en inglés a los apasionados a la tecnología y sobre todo a los adelantos de la informática. En su idioma de origen, la palabra también contendría un tono despectivo (traducido a veces como “ñoño” al castellano) pero de mejor valoración que “nerd”. Sin embargo en castellano no se ha difundido coloquialmente el término, mientras que “nerd” ha caído en desuso. Se puede consultar más al respecto en: <http://www.significados.com/geek/>

productos culturales del entretenimiento, las sagas de libros, el cine de ciencia ficción o de fantasía, el cómic, el manganimé, sino que abarca también el deporte (lo que conocemos como “hinchas”), las telenovelas, las estrellas de la música, el cine y la TV, etc.

Pero lo que nos interesa destacar aquí es que en las connotaciones negativas del término fan no sólo está implícito el pensamiento popular o el de la crítica mediática (siempre presente en estos casos y como pudimos observar contribuyó mucho a crear el estereotipo del fan) sino de los estudios académicos. Los primeros estudios sobre fans de los años ´70 en adelante comparten este estereotipo y le dan forma. Sobre esta mirada Libertad Borda (2011) habla de dos representaciones estereotípicas del fan a través de ideologemas (pequeñas unidades de ideología): una es la del solitario obsesionado y la otra es la de la multitud histérica (coincidiendo también aquí con Jenkins que los nombra como “fan de ático” y “fan orgiástico”). Un claro ejemplo de la primera aparece en muchos policiales, como el personaje de Kathy Bates en la película *Misery*, que interpreta a una lectora decepcionada por el rumbo de su libro favorito y que por ello decide secuestrar al escritor. La otra es la típica con la que se representaba a las fans de Elvis o de Sandro por poner un ejemplo local, de mujeres que se desbordan, que deben ser contenidas al ver a sus artistas favoritos, y que incluso pueden llegar a ser peligrosas.

Fue a comienzos de la década del ´90 que en Estados Unidos comenzó la segunda ola de estudios de fans. Borda señala entre estos al ya citado Henry Jenkins, a Lisa Lewis y a Camille Bacon-Smith. Estos trabajos cambian la mirada sobre el fan, “reivindicando” de algún modo su valor no tanto como grupo en cuanto a capacidad organizativa o en términos de identidad (como en el caso de los estudios sobre otakus) sino sobre todo por su capacidad de resistir a la cultura hegemónica. No obstante sobre la línea de Jenkins es que se ha seguido discutiendo el término. Para este autor, los fans se resisten a la idea de que hay una forma correcta de “leer” los textos culturales y se apropian de él a su

antojo, siguiendo la idea de De Certau como “cazadores furtivos en un coto de caza”. Jenkins registra cinco niveles de los fans:

-Un modo de recepción en que coexisten la “proximidad emocional” con la “distancia crítica”, es decir que no le impide ver los defectos o falencias de aquello que tanto le gusta/ ama.

-El ejercicio de prácticas críticas e interpretativas que lo alejan de la información estrictamente recibida en el texto original, construyendo metatextos.

-Fanatismo es un activismo del consumidor, haciendo reclamos a la industria.

-Producción de textos como la *fanfiction* (obras literarias basadas en alguna historia previa de ficción), las canciones *filks* (canciones inspiradas en algún personaje o serie), y muchas otras más como la que nos interesa a nosotros, el cosplay.

-La creación de comunidades sociales alternativas (eventos, clubes de fans)

No obstante el concepto de fan está en permanente reformulación y estudio. John Fiske define al fanatismo como un rasgo común de la cultura popular en las sociedades industriales, y sus gustos tendrían que ver con “*formaciones populares subordinadas*” de grupos que carecen de poder en cuanto a su combinación de género, edad, clase y etnia. Los fans además de crear nuevos textos desean participar de algún modo en la construcción del texto original, por ejemplo apareciendo como extras en alguna escena grabada de una serie (Borda, 2011: 114-116). En ese sentido podemos pensar en los cosplayers (principalmente en Estados Unidos) que son contratados por una marca de videojuegos para promocionar sus personajes como promotores.

Por otro lado, Borda señala que Matt Hills al igual que Abecrombie y Longhurst, se apartan de la visión de Jenkins y Fiske y el paradigma de la “incorporación/resistencia” a la ideología dominante, en este caso de

estos productos culturales. Para ellos ser fan no es una “cosa” sino una “identidad” (aquí encontramos coincidencias en las investigaciones sobre otakus) y es por ello que para Hills los fans pueden estar dentro y fuera de los procesos de mercantilización con prácticas que, por un lado, rechazan a la industria (como en nuestro caso confeccionar sus propios cosplays) y, por el otro, la abrazan (pagar mucho más dinero por pelucas peinadas como un personaje particular cuando ellos mismos podrían peinarlas/fabricarlas o incluso arreglarse el pelo).

Al día de hoy no se encuentra una sola postura aceptada unánimemente por los estudios de fans (incluso siguen circulando las de mirada más estigmatizadora) aunque entre ellas se encuentran muchas coincidencias. El mismo Jenkins, en *“Convergence Culture”* (2008), considera que el universo fan hoy es impensable por fuera de la Internet y la interacción incesante que ésta habilita y propicia, pasó a pensar la actividad del fan fundamentalmente como una actividad de creación de conocimiento colectivo y colaborativo en red, a partir del concepto de “inteligencia colectiva” propuesto por Pierre Lévy. Libertad Borda propone también otro enfoque: ver “al fanatismo como un fondo de recursos diversos (...) que contribuye en forma creciente a la creación de identidades individuales y colectivas” (Borda, 2011: 120-123). Este enfoque permitiría estudiar a todos los fans más allá del objeto de su afición (recordemos que Jenkins trabaja con fans de *Star Trek* y otras series de televisión mayoritariamente) y no sólo a los de productos de la industria del entretenimiento. Además rechaza la idea de la marginación de la clase dominante (esta puede o no existir, pues también hay fans de objetos culturales de la “alta” cultura) y señala que el fanatismo está viviendo procesos de transformación. Es muy extenso hablar de este fondo de recursos ya que recupera viejas concepciones de otros estudios sobre fans y agrega/revisa otras. Incluso dentro de los fans de un mismo producto cultural algunos usarán ciertos recursos y otros no (rompiendo con la aparente hegemonía que se le critica a Jenkins) o lo harán según la situación particular en que se encuentren (como la defensa del animé y el cosplay si es atacado por los medios masivos) como ya hemos mostrado

en nuestro caso. Pero de todos ellos hay uno que nos interesa rescatar pues no aparece en los primeros trabajos sobre fans o lo hacen de modo tangencial: *la proximidad emocional con el objeto de la afición*. En ella se encuentran: la identificación, la expresión “excesiva” del gusto, la inversión afectiva y el placer. Agregamos a esta concepción la idea de que este “placer” en el caso de los cosplayers es asociado a la idea de la “diversión” parece manifestarse de dos maneras: por el “placer de hacer” y el “placer de mostrar lo hecho”.

El grupo de fans de una serie u otro producto cultural similar se denomina “*fandom*” aunque podemos arriesgar que este término también compone todos los códigos compartidos por aquellos, y que son conocidos y manejados sólo por esos seguidores en particular. Por ejemplo en el fandom de Harry Potter es común la división entre las diferentes casas (una suerte de fraternidad, en el sentido de la división de la ubicación de dormitorios) que en obra de J.R.Rowling son cuatro. Los fans, en relación a donde pertenecen sus personajes favoritos o a la que consideran representa mejor su personalidad, también se dividen en casas. Por eso es común hablar de los “*griffyndors*” (fans de la casa Griffyndor), los “*ravenclawes*” (casa Ravenclaw), etc. Quiénes no son conocedores de la saga, no puede comprender de dónde viene esta jerga o a qué hace referencia. Los fandoms no son todos iguales ni utilizan las mismas prácticas. En este sentido nos parece pertinente remarcar que los cosplayers no son un fandom en sí mismo, pertenecen a distintos fandoms según el personaje que interpretan. No obstante suelen en su discurso referirse al fandom como un sinónimo del “ambiente” de los fans, sobre todo el que asiste a los eventos.

2.1.6 Videoanimación Japonesa

Videoanimación japonesa en un concepto que engloba los productos originados en el país nipón a partir de los años ´70 y que engloba en estos los mangas (cómic japoneses) el animé (dibujos animados) y los videojuegos. Este concepto es ampliamente trabajado por

Rafael del Villar y su equipo de investigación⁵ desde principios del 2000⁶ en adelante, por lo cual no podemos referir a un único trabajo. Se hace esta agrupación porque aunque distintos estos tres elementos poseen características comunes, y además muchas veces entre todos conforman nuevos textos, en cuanto a noción narrativa ya que varios de ellos pueden conformar una historia relacionada. Del mismo modo se relacionan otros subproductos como juguetes, cartas coleccionables, merchandising, etc. Para el disfrute correcto de estos productos culturales, es necesario desarrollar ciertas capacidades cognitivas que son las que se estudian en las investigaciones de Del Villar para Fondecic. Este forma de plantear arcos argumentales fue hasta hace muy poco desconocido para Occidente donde en primer lugar una historia no pasaba de un formato a otro, y de hacerlo entre ellos no guardaban relación. Uno de los primeros casos destacados donde esta modalidad comenzó a copiarse fue con la saga *Matrix* (1999), donde el videojuego *Enter The Matrix* contaba hechos que influían en la trilogía de películas, y *Animatrix* (una serie de cortos animados para la venta en video) cuenta historias también conectadas con el argumento principal⁷. Volviendo a la videoanimación japonesa, diremos que la fuente de los principios narrativos y estéticos del animé y los videojuegos están basados principalmente en el manga. Perillán Torres (2007) señala tres: la temporalidad en el relato (donde el tiempo expuesto en pantalla es mucho mayor al tiempo narrativo), el predominio de la imagen sobre el texto (el manga es esencialmente visual, todo lo que puede ser explicado con imágenes no es explicado con texto) y el lenguaje icónico (existen al interior de un manga toda una serie de convenciones narrativas que denotan lo que sienten los personajes, como una gota de sudor cayendo sobre sus cabezas cuando están nerviosos). No nos extenderemos demasiado sobre esto, salvo para decir lo que nos interesa en cuanto información sobre el cosplay, dado que hay un gran predominio de personajes de animé y videojuegos, ya que los diseños de

⁵ Concretamente estos estudios comienzan dentro del marco de una investigación conjunta entre investigadores chilenos y franceses (Proyecto Ecos- Sud/ Conicyt No C00H01, Université de Paris3-Sorbonne Nouvelle/ Universidad de Chile), destinada a proponer categorías de estudio que pudieran dar cuenta de "la recepción concreta de diferentes micro- culturas infante- juveniles" (Del Villar, 2003) en cuanto a su consumo de dibujos animados.

⁶ Citamos como un ejemplo interesante el trabajo de Ricardo Casas Tejeda y Luis Perillán (2009)

⁷ Henry Jenkins (2008) estudia el caso de Matrix en su artículo "En busca del unicornio de papel" llamando a este proceso "Narraciones transmediáticas".

personajes son altamente llamativos, tanto en los colores como en los modelos de sus ropas y armas. El aspecto de los personajes es cuidadosamente estudiado por la industria japonesa del entretenimiento, pues sabe que son un aspecto fundamental del éxito o fracaso de un producto. Además características como el cabello y los ojos grandes influyen mucho en la decisión de los cosplayers al elegir un personaje ya que existe toda una industria de productos que permiten imitarlos. En la imagen vemos un personaje icónico del mundo cosplayer, se trata de una de las versiones de Yuuna del videojuego *Final Fantasy VII* y las características de su diseño. Como podemos observar en la ilustración, en esta se muestra con gran detalle la vestimenta de Yuuna como referencia a quienes quieran posteriormente dibujarla o hacer cosplay de ella. Aunque existen muchos otros productos como el cómic y las series de culto estadounidenses, diversos investigadores coinciden en que la masificación del cosplay en Latinoamérica se debió a la penetración de la videoanimación japonesa en el público adolescente y juvenil.



2.1.7 Convenciones- Eventos

Las convenciones, o como se los llama de forma más vernácula, los eventos son puntos de convergencia de muchos de los intereses de los fans. Se trata de una reunión “en un lugar y horario predeterminado (...) a la manera de un festival artístico” (Borda, 2011: 368). En estos

confluyen en general todos los posibles intereses de los aficionados al mundo del cómic, el animé y relacionados. Además sirven como punto de encuentro entre los diversos fans, que establecen redes de conocidos y amistades en estos. En un evento promedio podemos encontrar muchas cosas:

-Stands de diverso tipo: algunos con fines comerciales de cómics, mangas, y publicaciones relacionadas o merchandising diverso (juegos, figuras de colección, remeras y un largo etcétera) y otros de difusión del trabajo de dibujantes y en ocasiones escultores y también pertenecientes a los clubes de fans de alguna serie.

-Artistas invitados que disertan en charlas con el público: estos pueden ser dibujantes reconocidos a nivel local o internacional, conferencistas sobre temas de lo más diversos (efectos de maquillaje, análisis de las referencias bíblicas en *El señor de los anillos*, y un sinfín de posibilidades), actores de voz que interpretaron a personajes conocidos, e incluso actores de series o películas “de culto”⁸, etc.

-Exposiciones de láminas originales de dibujantes, juguetes retro, autos famosos (como el Batimóvil), etc.

-Espectáculos en los escenarios: que pueden ser desde cantantes, bailarines y bandas locales cuya música está de algún modo relacionada con los intereses de los fanáticos (por ejemplo bandas que tocan las presentaciones de animés o series clásicos) hasta artistas internacionales, sobre todo cantantes japoneses que colaboraron en alguna serie con su música, como la JAM Project⁹.

-Torneos de rol, videojuegos, juegos de cartas estilo Magic o Pokémon y afines.

Las actividades dependen del nivel de convocatoria del evento y la capacidad organizativa de este, además de a qué interés específico

⁸ Series que son consideradas un ícono o clásicos para los fans. Star Trek, Expedientes X, Lost, Games of thrones son algunos ejemplos.

⁹ JAM Project (sigla de Japan Animé Music) es una banda formada por diversos cantantes japoneses que han cantado canciones de animés emblemáticos (más allá de sus carreras como cantantes) y se reúnen esporádicamente para hacer giras internacionales.

apunta. Algunos son de gran envergadura, posiblemente el más conocido a nivel mundial sea la *ComicCon* de San Diego (EEUU) y en Argentina la *Animefriends* en Buenos Aires o la rosarina *Crack Bang Boom*. Otros son de pretensiones más limitadas, incluso algunos son organizados en pequeños clubes de barrio. Pero más allá de la magnitud de las actividades la lógica de estos no cambia, son un espacio de encuentro, de diversión y también de comercio para los fans.

El mundo del cosplay necesita de los eventos, pues son el lugar donde los cosplayers pueden estar en contacto con sus pares y el público masivo. Difícilmente haya un evento sin cosplayers, y difícilmente haya un evento sin concurso de cosplay. Algunos son de categoría internacional, como el organizado por la AIC (Asociación Internacional del Cosplay) en que representantes de varios países latinos compiten en parejas previa clasificación en sus localidades de origen, y otros se producen simplemente al interior de ese evento. Para ello se suele disponer el escenario principal para las presentaciones (performance) de los participantes. Los ganadores reciben premios en productos o en dinero. Y en sí mismo los cosplayers son un adicional de atractivo a los eventos, porque forman parte del espectáculo de algún modo (incluso si no participan en los concursos). El público general los busca para sacarse fotos con ellos al igual que los fotógrafos dedicados a las coberturas de evento. Es tanto el peso de los cosplayers que en los primeros años de eventos en Argentina tenían la entrada gratis, pues los organizadores sabían que alentarlos a ir caracterizados sumaba al atractivo del evento en sí mismo. Hablaremos de todo esto en profundidad en capítulos posteriores.



CAPÍTULO 3
ORÍGENES
DEL COSPLAY

3.1. Historia y leyenda

En este capítulo veremos el desarrollo de la actividad del cosplay, desde sus primeros pasos hasta lo que es hoy día en el mundo. La historia de este fenómeno está íntimamente ligada al desarrollo de los eventos que, como se explicó anteriormente, son el punto de convergencia de los fans más allá de cuál sea el objeto de su interés particular. Si bien en los últimos años la escena ha cambiado y el cosplay ha comenzado a ocupar otros espacios tanto físicos como virtuales, es por y para los eventos que los fans se han preparado durante décadas.

Hay una idea muy difundida en el imaginario popular actual, reforzada principalmente por aquellos mismos que se dedican a esta actividad y la “prensa” de fandom (revistas de animé y cómics, sitios web especializados) que asocian el origen del cosplay con la explosión del manga y el animé en Japón a comienzo de los años ´80s, pero esta es una apreciación de los hechos recortada y bastante imprecisa. Es cierto que fue en esa época en que los japoneses le dieron el nombre definitivo al movimiento tal como lo conocemos hoy día, y es muy factible pensar que también le dieron popularidad mundial a algo que estaba en principio reservado a unos pocos. Sin embargo la idea de vestirse como un personaje apareció varias décadas antes en Estados Unidos como veremos a continuación. De hecho, para ser totalmente sinceros, tanto Occidente como Oriente desarrollaron este arte cada uno a su manera desde comienzo del siglo XX sin conocer lo que su par del otro lado del Océano Pacífico hacía.

A continuación describiremos estos primeros antecedentes de los que existe poca información y ante todo muy dispersa, que recién en los últimos años se ha dado a conocer. No es sencillo investigar estos períodos pues casi no se han conservado documentos y la distancia en el tiempo vuelve para cualquier investigador muy dificultoso encontrar informantes, por eso decimos que el origen del cosplay es casi una leyenda. No sabemos a ciencia cierta cómo fueron estos procesos, o si realmente fueron como se los cuenta. Se trata de una historia transmitida

casi de forma oral entre los fans de diversas generaciones recientemente puesta por escrito y publicada en algunos sitios de Internet que se dieron a la tarea de recopilar esta historia oculta y casi anónima.



Comenzaremos describiendo el doble origen de los fandoms y el cosplay, uno japonés y otro estadounidense, la unión de ambas corrientes en un fenómeno que conquista Europa, y finalmente su llegada a Latinoamérica y por supuesto a Argentina. Todo esto trataremos de enmarcarlo en un contexto histórico que afecta a veces de modo tangencial y en otras de forma directa a las industrias del entretenimiento (editoriales, cine y televisión), y también a la vida de los propios fans. Pondremos especial acento acerca del fenómeno en Japón con cierto detalle pues aunque nos interesa dejar en claro el impacto y magnitud de este en el país nipón, deseamos dejar el tema agotado y no volver más a él en el transcurso de la investigación.

Este capítulo postula nuestra teoría de que cada país vive y vivió esta actividad según su propia idiosincrasia y espíritu de época. Y eso es algo que no podemos perder de vista pues el cosplay, al ser una manifestación cultural se toca con todas las demás áreas de la vida del ser humano. El movimiento surge, se desarrolla y se mantiene pero los actores y también los personajes elegidos para interpretar van cambiando aunque también se yuxtaponen en las diversas capas de interés de los fanáticos. Y las convenciones son el reflejo más claro de esto, pues aunque algunas se especializan en un fandom específico, por lo general son una muestra de toda la diversidad que existe. Diversidad de gustos, de género y de edades. Cuanto más grande es el evento, mejor podemos apreciarlo. Pero no siempre fue así, por lo que a continuación veremos algunos antecedentes de lo que después se llamó cosplay y cómo este va tomando forma y fuerza en Estados Unidos y Japón.

3.2 “Dressing Up” vs “Cosplay”

3.2.1 *Mukashi, mukashi, aru dokoro ni...*¹⁰

Encontramos un curioso antecedente de los que podemos considerar cosplayers japoneses en unas fotografías que datan de principio de siglo XX, donde cinco personas lucen caracterizadas como los personajes de Momotaro, una conocida leyenda japonesa. Explicaremos brevemente el contexto histórico en el que surgen estas fotos. En 1853, Japón recibe la llegada del capitán Matthew C. Perry de la Marina de Estados Unidos en el episodio que pasó a la historia como “La llegada de los barcos negros”. Este hecho puso en tela de juicio al gobierno militar del Shogun¹¹ y con él a todo el sistema feudal. Se desata en el país una guerra civil que finaliza con la victoria del Emperador, quien recupera el poder dando paso a la Era Meiji que duraría de 1868 hasta 1912. Así Japón se convierte en un Imperio que se pudo consolidar por el apoyo de países como Estados Unidos y Holanda. El Emperador Meiji impulsa una gran apertura a Occidente, con lo cual Japón vive aceleradamente el proceso de modernización en las artes, la medicina, la ingeniería, etc. que en Europa se venía gestando desde el Renacimiento. Explica Kazuyazu Ochiai (2006:14) acerca de este momento que:

“El objetivo del estado japonés era occidentalizar y modernizar al país. El lema nacional era ‘salir de Asia y entrar en Europa’ porque la Europa moderna era considerada la única civilización a imitar. El gobierno japonés envió jóvenes talentosos a este continente, empleó cientos de profesionales europeos y estadounidenses como maestros de la tan deseada modernización e importó ideas y sistemas occidentales tales como la Constitución Prusiana, el Código Civil francés o el sistema militar inglés”.

De un día al otro aparecen trenes, alumbrados eléctricos, carreteras, a convivir con el paisaje casi rural predominante en Japón. Un buen ejemplo de este cambio es que en 1911 finaliza la construcción del Yoshidashi, el segundo puente de hierro del país en Yokohama. Otro avance tecnológico que impacta fuertemente es la cámara fotográfica, tanto que para celebrar la inauguración de dicha obra se decide

¹⁰ “Hace mucho, mucho, en un lugar muy lejano”. Expresión popular japonesa usada para comenzar a narrar leyendas populares, similar al “Había una vez”

¹¹ El Shogun era el comandante en jefe de la milicia japonesa. Aunque inicialmente respondía al emperador, en el periodo conocido como “bakufu” o “shogunato” (1192 a 1868) fue la figura que ostentaba el poder real, mediante un sistema de castas feudales.

fotografiar el acontecimiento. Pero lo curioso es que no sólo se retrata el puente en sí, sino a este grupo de personas vestidas como estos personajes populares (Bassel, 2015).

Si bien la calidad en los disfraces es innegable por lo que podemos apreciar en imágenes recientemente descubiertas, no tenemos demasiadas precisiones acerca del contexto en que fueron tomadas más allá de



lo expuesto anteriormente. Podría tratarse de una recreación hecha para algún festival celebrado en torno a la inauguración o también referirse a alguna compañía teatral contratada con ese fin. Es cierto que la representación que observamos en estas fotos no se corresponde del todo con la tradición del teatro japonés, vinculado culturalmente al Kabuki¹² y al Noh¹³. Además los personajes son retratados en escenas que nos ligan a la historia de Momotaro, cumpliendo con lo que hoy llamamos la *performace* (actuación o pose). Tampoco sabemos si se basaron en alguna ilustración específica para lograr esa apariencia o fue simplemente producto de su imaginación.



Pero en Estados Unidos encontramos otro caso que también podemos llamar un antecedente al cosplay dentro de esa misma década. La inspiración para este fue *Mr. Skygack*, un personaje que apareció en una tira cómica del diario "*Day Book*", publicación dirigida principalmente a un público proletario y se editó entre 1907 y 1917. *Mr. Skygack* era un científico marciano vestido con traje espacial y casco, el cual se encontraba en nuestro planeta

¹² Kabuki: forma del teatro japonés popular en las extracciones medias y bajas japonesas, muy popular durante la era Tokugawa. Interpretado originalmente por mujeres, es una mezcla de baile y actuación, se caracteriza por el dinamismo de las representaciones, los cambios frecuentes de escenario, la gesticulación exagerada de los actores y los maquillajes y pelucas utilizados.

¹³ Noh: otra forma de teatro japonesa, pero dirigida a las clases feudales. Como en el kabuki también tiene gran importancia la gesticulaciones y la música, donde suele muchas veces participar un coro, lo que lo volvería similar de algún modo a la ópera occidental.

para estudiar el comportamiento humano y de algún modo criticarlo. Su popularidad en el público fue tal que en 1908 el señor William Fell de Cincinnati, Ohio, y su esposa dieron un baile de disfraces vestidos como Mr. Skygack y Miss Dillpickles (personaje de otra tira del mismo diario). Y en 1910 una mujer de Tacoma, Washington ganó el primer premio en un baile de disfraces interpretando también a Mr. Skygack tal como lo relata una columna de *"Day Book"*. Los "cosplayers" estaban listos pero al parecer el resto de la sociedad no, porque esta mujer fue arrestada por circular por la vía pública con la cara tapada, violando así una ordenanza vigente (Miller, 2013).

Podemos ver en estos relatos cómo el cosplay tal cual lo conocemos nace a la par de ciertos desarrollos técnicos y también de los medios masivos de comunicación. Para nosotros, la presencia de estos dos factores son los que explican por qué el siglo XX fue el momento para que la actividad del cosplay surgiera y tomara forma. Esta relación si bien se volverá cada vez más compleja, nunca se perderá del todo como veremos en el desarrollo de este trabajo.

3.2.2. *"Dress-Up" y el origen de los clubes de fans de la ciencia ficción y el cómic*

Como pudimos ver en el caso del marciano Skygack, la Ciencia Ficción parece haber sido uno de los primeros intereses de quienes se dedicaron a lo que después se conocería como cosplay. De hecho la historia de la Ciencia Ficción tiene mucho que ver con la consolidación de los primeros fandoms y por ende también de este hobby. Así que repasaremos muy brevemente su historia para estudiar este vínculo.

Como género literario, la Ciencia Ficción irrumpe en principios del siglo XIX. Se considera la primera obra de este tipo a *"Frankenstein"* de Mary Shelley, escrita en 1818, y como podemos apreciar en este ejemplo tenía cierta vinculación con el género del Terror. Otros autores como Julio Verne, H.G. Wells, Edgar Allan Poe, Herman Melville, etc. ayudaron a consolidarla sobre todo en Estados Unidos. También existe una línea rusa de ciencia ficción con autores como Alexander Beljaev que reflejaron su

interés por el tema, aunque después con el surgimiento de la URSS viraría a una línea más “dura” de corte socialista y utópico, en algunos casos.

Comenzado el siglo XX, el público infantil y adolescente devino el destinatario de este género, lo que hizo que el grueso de la literatura de este tipo pasara a concentrarse en las llamadas revistas “pulp”. Se trataba de ediciones de muy mala manufacturación que contenían obras de presunto poco valor literario. Ilustraciones coloridas y llamativas ocupaban las tapas y allí el género comenzó a ganarse el mote de “subproducto” literario. Aunque sufrieron esta suerte de “marginación” de los grandes círculos literarios, estas revistas ganaron su espacio popular en los quioscos. En los años posteriores a la Primera Guerra Mundial, el género comenzó a recibir un nuevo impulso pues aparecieron revistas dedicadas exclusivamente a la ciencia ficción (antes compartían espacio con historias de aventuras, terror, etc.). Ya llegados los años de la crisis estadounidense, aunque la industria editorial sufrió los efectos de la Gran Depresión y algunas revistas cerraron, otras sobrevivieron y ganaron público entre los jóvenes. Además a través de revistas como “*Wonder Stories*” y otras fundadas por Hugo Gernsback se creó la “Science Fiction League”, que como menciona E.J. Rodríguez (2015) se convirtió en “un auténtico club de fans de la Ciencia Ficción que con los años llegaría a tener incluso ramificaciones internacionales”. Aquí vemos ya la necesidad y el deseo de los fans de la Ciencia Ficción de agruparse.

Si bien como dijimos el grueso del público era adolescente, 1939 se convirtió en el año definitivo de la consolidación de la Ciencia Ficción, con el famoso radioteatro de Orson Wells: *La guerra de los mundos*, que puso al género en un lugar de masividad y popularidad. No solo trajo sangre nueva de lectores y autores al ambiente sino que atrajo también nuevo público adulto. Es en ese mismo año que se realiza en Nueva York la “1^o Convención Mundial de Ciencia Ficción”, conocida por su contracción en inglés como *WorldCon*. Y con el primer evento aparecieron los primeros cosplayers. Se considera pionero en el arte de caracterizarse al entonces joven escritor estadounidense Forrest J. Ackerman que junto



a su novia Myrtle R. Douglas se presentaron vestidos como personajes. Ackerman lucía un atuendo de piloto espacial, inspirado en la ilustración de una revista pulp, como era de esperarse mientras que su novia representaba a un personaje del film de 1933, *“Things to Come”*. Douglas fue a su vez la primer cosmaker, ya que ella confeccionó los disfraces (Ashcraft y Pulnkett, 2014). Al parecer hubo un malentendido que hizo creer a la pareja que era obligatorio ir con un *“dress up”* (disfraz)¹⁴ al evento en cuestión. El error convirtió la suposición en verdad, pues al año siguiente varias personas copiaron la recientemente impuesta moda, lo cual derivó que en 1940 en Chicago se organizara una *“masquerade”*, es decir el primer baile de disfraces. Estos encuentros con bandas tocando en vivo y bebidas incluidas, se daban lugar al cierre de las convenciones y se asistía vestido como algún personaje del fandom de la ciencia ficción y el terror. La actividad de los primeros eventos fue interrumpida por la Segunda Guerra Mundial. De hecho la *“última de las guerras”*, como se pensaba sería aquel conflicto bélico, perjudicó mucho al ambiente de la Ciencia Ficción estadounidense y de Gran Bretaña, ya que muchos jóvenes autores perecieron en el conflicto. Terminado este se retomó la actividad de los clubes de fans y de los eventos cada vez con más fuerza. La tradición de los bailes de disfraces se sigue manteniendo por muchos años, como así lo demuestra el registro fotográfico del sitio www.fanac.org¹⁵. Para ese entonces surge la elección de los mejores disfraces, con gente notable del ambiente como jurado. La WorldCon iba moviéndose de ciudad anfitriona cada año lo que ayudó a que la actividad se difundiera en todo el país del norte.

¹⁴ Creemos pertinente aclarar que si bien nos referimos en este trabajo muchas veces a la actividad de los eventos estadounidenses como *“cosplay”*, no se usó esta palabra en el país hasta mediados de los años '80s. Las personas se referían a sus vestimentas simplemente como disfraces.

¹⁵ www.fanac.org es un sitio web que se ha dado a la tarea de digitalizar toda la documentación al día de hoy existente (folletos, fotografías, etc.) de varios eventos estadounidenses. Cuenta con un importante registro fotográfico de todas las Worldcon que se hicieron hasta el momento. Sumamente recomendable para quien desee hacer un análisis más detallado del tema.

En un primer momento los disfraces eran de confección simple y casera, aunque cumplían bien su propósito de atraer la atención de los demás asistentes y de divertir a la gente. Sin embargo es justo decir que los concursantes cada vez se iban arriesgando más en probar nuevas técnicas como el *bodypainting*, como podemos observar en fotos de las WorldCon de la década del setenta. Por ese entonces la rigurosidad en copiar la apariencia exacta de un personaje era un aspecto secundario. Si bien se trataba de recrear un personaje de ficción, había mayores libertades para interpretarlo lo cual es explicable dado que muchos se basaban en personajes de libros (de los que no existía una imagen clara) o en personajes clásicos (como Puck de “*Sueño de una noche de Verano*” de William Shakespeare). Incluso se ponía de manifiesto que muchas de estas reproducciones a veces no se enfocaban ni siquiera en un personaje en particular, sino que se representaban cuestiones más generales como “un caballero templario”. En esta etapa vemos un cruce con lo que hoy conocemos como “*recreacionismo histórico*”, es decir la actividad de reproducir aspectos de la cultura de otras épocas, entre ellas las vestimentas¹⁶. Hoy en día estas dos actividades han tomado caminos separados pero encuentran momentos de cruce. Por ejemplo, una persona caracterizada como Leónidas del cómic *300*, puede ser considerada tanto un cosplayer como un recreacionista según el contexto que lo acompañe.

La década del cuarenta no sólo fue positiva para la Ciencia Ficción como género y como fandom, sino que nuevos integrantes empezaban a disputar su espacio: los cómics de superhéroes, marca registrada de la historieta estadounidense. Si bien el cómic como ya se pudo apreciar en el caso de Mr. Skygack, gozaba de buena vida en las contratapas de los diarios desde finales del siglo XIX (Conforti, 2013: 28) en 1939 aparece el primer superhéroe de la historia americana: “*Superman*”, creación de Jerry Siegel y Joe Shuster y publicado por la editorial National Allied Publications. A él le siguió “*Batman*” en 1940 y muchos otros títulos, de los cuales varios perduran hasta nuestros días. Estos superhéroes tenían

¹⁶ De hecho Alejandro Soifer (2012) en su libro “*Que la fuerza te acompañe*” le dedica todo un capítulo a los fans del recreacionismo medieval y la fantasía heroica, considerándolos una de las derivaciones del “nerdismo”.

sus propias ediciones en los quioscos, las cuales compartían ciertas características con las ediciones pulp de la ciencia ficción: papel de baja calidad muchas veces reutilizado, pocos y brillantes colores. Esto no fue un determinismo de los editores, sino una consecuencia del ahorro de materiales debido al conflicto bélico mundial.

El periodo de la Segunda Guerra Mundial coincidió con el de la llamada “*Edad de Oro del cómic*” (1938 a 1945) en donde estos superhéroes gozaron de mucha popularidad sobre todo en el público infantil. Sin embargo, esto fue justamente el motivo de su posterior caída en desgracia. Para 1948 comienzan a circular las ideas del psicólogo Fredric Wertham que comenzó toda una campaña de desprestigio hacia el cómic de superhéroes, acusándolos de ser una influencia negativa para los niños. Según la publicación del año 1954 de Wertham, titulada “*Seduction of the Innocent*”, los cómics eran el motivo de la violencia juvenil, además de trastocar valores sociales como el papel que le correspondía a la mujer en el mundo, con personajes como Wonder Woman. Señala al respecto un artículo del sitio web “*Heroe.com*” (2006):

“Escandalizada con el libro, la sociedad comenzó una caza de brujas contra los cómics. El mismo senado de Estados Unidos abrió una comisión de investigación en la que testificaron Wertham y otros psicólogos especializados en delincuencia juvenil, además de representantes de las editoriales y de las redes de distribución de cómics. La conclusión de la comisión fue que las editoriales necesitaban autocensurarse. Para ello, se creó la CMAA (Comic Magazine Association of America), que a su vez estableció el 26 de octubre de 1954 el famoso CCA (Comics Code Authority), cuyo sello tendrían que llevar todos los cómics que pretendieran venderse. En él se estipulaba lo que era correcto y no en un cómic; por ejemplo, el bien siempre debía triunfar sobre el mal, el crimen no podía ser recompensado y demás disposiciones sobre sangre y sexo.”

Este episodio nos recuerda las palabras de Henry Jenkins en el primer capítulo de su libro “*Piratas de textos*” en su consideración sobre los gustos culturales y su relación con la jerarquía institucional, en la que sostiene, socialmente hay gustos más “apropiados” que otros. Y cuando esta “aculturación de gustos”, como él la llama, entra en conflicto con aquellos que no se desea sean vistos como válidos se recurre a considerarlos una influencia negativa o perjudicial. “Las preferencias estéticas se imponen a través de la legislación y la presión pública, por

ejemplo, para proteger a los niños de la influencia ‘corrupta’ de los materiales culturales no deseados”, expresa Jenkins (2010: 29)¹⁷.

Los cómics caen en desgracia hasta que se inaugura la “*Edad de plata*” a finales de los años ‘50. En ella hubo todo un replanteo de las historias de los personajes más conocidos, se incorporan otros y se elaboran nuevos conceptos. A la ex editorial National, ya debidamente renombrada como DC Comics se le suma la que sería al día de hoy su principal competidora: Marvel Comics. La nueva editorial (que en realidad era la refundación de otra, Timely Comics) trae una serie de personajes con una mirada nueva del mundo y la sociedad, como las problemáticas adolescentes y el racismo, representados en personajes como los *X-Men*; además de renovar a algunos que ya habían aparecido en la Edad de Oro (como el Capitán América). Los cómics, con el surgimiento de la cultura pop vuelven a ganar popularidad. Algunos superhéroes logran dar el salto al formato televisivo: recordemos la conocida serie de *Batman* interpretada por Adam West estrenada en 1966 y la serie de Wonder Woman protagonizada por Lynda Carter en 1975. Este mismo año aparece por primera vez el evento ícono que nuclearía a los nuevos fanáticos de estos personajes, la San Diego Comic-Con. Este evento, que en su primer año duró apenas tres días, retomó la tradición de las mascaradas y los concursos de los eventos de Ciencia Ficción, permitiendo a los fans representar en esta ocasión a sus superhéroes favoritos y también alzarse con un buen premio.



¹⁷ Si bien el órgano censor al que hacemos referencia ha quedado casi perimido en Estados Unidos, siendo necesario recurrir a él en caso de querer que una publicación sea considerada apta para todo público. Aun así, la idea sobre la violencia en los cómics parece no haber perdido del todo la batalla. En agosto del 2015 una noticia invadió las redes sociales: se trata de la carta que unos padres recibieron del colegio primario de su hija. El llamado de atención se debió a que la niña habría incurrido en una falta a las normas del colegio de exhibir imágenes de personajes violentos, y la lonchera que la niña llevó a la escuela con la imagen de Wonder Woman entraba, para los miembros del colegio, en esta categoría.

Asimismo, la Ciencia Ficción se abre camino en el cine y la televisión, y es allí donde aparecen sus dos historias “de culto”. La serie de televisión *Star Trek (Viaje a las estrellas)* que se comienza a emitir en 1967 y *Stars Wars (La guerra de las galaxias)* creada por George Lucas en 1975. Estas dos sagas trajeron un gran caudal de sangre nueva a los eventos de Ciencia Ficción, sobre todo Star Trek. Los sencillos trajes que usan el Capitan Kirk, el Sr.Spock y el resto de la tripulación del Enterprise (consiste en un pantalón negro con chombas de diversos colores según el rango militar del personaje) alentaron a muchas personas a hacerse sus propias remeras y por ende imitar a sus personajes favoritos.

3.2.3 Manga, animé, tokusatsu y el Japón de la post-guerra

¿Pero qué ocurría mientras tanto en Japón? Involucrado como uno de los actores principales de la Segunda Guerra Mundial, no tuvo en esta la misma suerte que sus rivales estadounidenses. Después de lo que significó la tragedia de los bombardeos a Hiroshima y Nagasaki, el país luego de su derrota había quedado completamente en ruinas morales y económicas. El país se ve en la necesidad de reconstruirse y tras las prohibiciones impuestas sobre este de dedicarse a industrias bélicas, decide volcarse a tecnologías pacíficas. Más allá de la crisis reinante, se obtienen ciertas mejoras para los sectores trabajadores. Japón se vuelca a la producción de los tres elementos de estatus de la época: televisión, lavarropas eléctrico y heladera. Cita Koji Kimura (2007), en su informe sobre la historia del diseño en el país nipón las palabras de Konosuke Matsushita, fundador de la CIA. Matsushita Electric, quien declaró en 1955: “...desde hoy en adelante es la época del diseño”. Y esa idea se trasladó de algún modo a la industria del entretenimiento. El manga, el animé y las series *tokusatsu* comenzaron a perfeccionar su estilo y a gozar de gran popularidad.

Así como le había ocurrido a Estados Unidos y parte de Europa décadas atrás, Japón también cayó bajo el encanto de la Ciencia Ficción, pero este se manifestó a través de las series y películas del género tokusatsu, las cuales comenzaron a filmarse a finales de los años

cincuenta. Se trata de producciones que combinaban maquetas con actores reales a los que se le unían escenas de acción con efectos especiales de llamativo colorido e impacto visual (Hikawa, 2014). Sus representantes más conocidas son *Gotzilla* y el subgénero “*super sentai*”, series en que un grupo de personajes, cada uno con un poder y color distintivo de vestimenta (generalmente similar a un traje espacial) manejan diversos mechas (robots gigantes) que se terminan fusionando en uno solo. La franquicia *Power Rangers*¹⁸ es la mejor representante del género a nivel mundial. Y estos peculiares trajes también llamaron a los primeros cosplayers japoneses al desafío de reproducirlos en sus propias personas.

Pero el mayor mérito se lo lleva el manga (historieta japonesa) impulsado por la obra de Ozamu Tezuka, creador de *Astroboy*, *Kimba el león Blanco*, *La princesa Caballero* entre otras muchas historias. Si bien el manga ya tenía popularidad desde mitad del siglo XIX (Scolari, 1999: 111), se puede decir que la estructura final de este y su desarrollo como industria se dio finalizado el conflicto bélico. Las editoriales se convierten en un buen negocio: son pacíficas, son populares y sobre todo son económicas. El precio de los mangas, editados en revistas de gran volumen que sacan un capítulo por vez de muchas historias, lo vuelve accesible para todo el público nipón, muy aficionado a leer en su tiempo libre y en los largos viajes en subte o tren. A comienzo de los años ´60s se producen los primeros animés (dibujos animados), basados en los mangas, lo que aumenta la popularidad de muchos personajes y autores. No obstante, tal como ocurría en Occidente, aún se consideraba que el manga era un producto para niños. Para la década del ´70 ya comienza a publicarse las obras de la “generación Showa 24”¹⁹, autores nacidos en la postguerra y que inspirados por Tezuka comenzaron a tratar temas más adultos dentro del manga: dramáticos, históricos, de problemáticas sociales, etc., que de algún modo también reflejan las inquietudes acerca

¹⁸ En realidad esta se trata de una reescritura por parte de la productora estadounidense Saban que juntó toda más de veinticinco series tokusatsu japonesas, reemplazando las partes actuadas por actores estadounidenses y reescribiendo los argumentos para que parezca tienen continuidad.

¹⁹ Se trata de un grupo de autores nacidos en 1949 (el año 24 del calendario Showa, siguiendo la tradición japonesa de contar los años según la coronación de cada emperador). Conocidos exponentes de este grupo del cual muchos son mujeres son: Riyoko Ikeda (La rosa de Versailles, La ventana de Orfeo), Moto Hagio, Keiko Takemiya o Ryōko Yamagishi ente otros.

de los cambios en la sociedad japonesa. Muchas mujeres se vuelcan a la producción del manga provocando también un cambio de paradigmas, coincidente con toda una corriente que replantea el papel de la mujer en la sociedad japonesa y de la que derivaron también muchos movimientos estéticos y culturales (el “*lolita*”, el “*gyaru*”, el “*visual key*”, etc.).

El manga se consolida en el gran público, pero el animé sigue siendo visto como infantil. Pero en 1979 aparece la gran obra de culto del animé: *Mobile Suit Gundam*²⁰. El planteo de la historia es totalmente innovador pues mezcla en su argumento elementos bélicos, de ciencia ficción con temas políticos e incluso filosóficos, y se convierte en un suceso. Estos cambios en la industria despertaron el interés de una audiencia particular de jóvenes, principalmente estudiantes de secundaria y universitarios, que se vuelven fans de estos animés y mangas, y a quienes la sociedad bautiza en ese entonces como otakus. Y es en estos clubes universitarios de dibujantes de *doujinshis* (historietas basadas en personajes de manganimé) que promocionan sus obras de carácter amateur en ferias como la *Comic Market*, donde surgen los primeros cosplayers. La idea original es vestirse como los personajes de las historias que venden tratando de llamar de algún modo la atención del público. Una parodia a esta práctica se ve de forma muy cómica en la película de estudio Gainax titulada: *Otaku no video (el video de los otakus)* de la cual vemos una escena en esta misma página. Pronto el cosplay se convierte en una actividad claramente diferenciada de la producción de *doujinshis*. Tal como en el caso estadounidense, los primeros cosplays no poseen un nivel de sofisticación tan grande como en la actualidad, se cuida menos el parecido con el personaje aunque hay



bastante interés en la confección detallada del traje.

²⁰ Creada y dirigida por Yoshiyuki Tomino y producida por los estudios Sunrise especialmente para la televisión (algo extraño para la época), nos habla de un mundo futurista en donde los humanos se han dividido en dos: el gobierno mundial de la Esfera Terrestre, dirigido por la Federación y las Colonias Espaciales que han decidido enfrentar la tiranía de la Tierra y declarar su independencia. Aunque en la superficie se presenta como una serie de mechas bélica el planteo de la historia es muy duro: no hay buenos o malos, solo personas enfrentadas que son de algún modo rehenes de grandes intereses políticos, pero que a su vez luchan por sus propios intereses (familia, amistad, amor) y a lo largo de tantos años de guerra sacan lo peor y lo mejor del alma humana.

Como explicamos en el primer capítulo, en junio de 1983 se usa por primera vez en Japón la palabra “cosplay” dentro de una nota de la revista “My Anime” escrita por el cineasta japonés Nobuyuki Takahashi. El artículo habla justamente de la reciente



moda de caracterizarse como personajes de ficción, donde vemos en las imágenes personajes de la serie *Macross* (*Robotech*), y también de series tokusatsu. En realidad, como ocurre muchas veces en las publicaciones japonesas, la nota presenta un titular en inglés el cual es “*Hero Costume Operation*”, pero para resumirlo en el título en japonés recurren a las palabras コスチュームプレイ (léase como *kosuchuumu puree*) y en la nota se menciona el término “cosplay” (コスプレ, se lee *kosupure*). Incluso dentro de la misma entrevista se percibe esta ambigüedad, pues hasta el momento no había un único e inequívoco término para la actividad. Como Takahashi mismo afirma, para el año siguiente, la palabra tal cual la conocemos hoy día se ha popularizado en el imaginario social japonés (Plunket, 2014).

Y es 1984 la fecha en la que, como en las mejores historias de la ciencia ficción el pasado se transforma en futuro, al menos en lo que al cosplay respecta. En este año Takahashi viaja como invitado a la WorldCon de Los Ángeles, encontrándose allí con toda la tradición de los disfraces y “masquerades” que existe desde hace más de cuatro décadas. Además conoce muchos fanáticos con remeras con leyendas de sus series favoritas hechas a mano pues no existen empresas que las produzcan (Llinas, 2009). Se le ocurre entonces al japonés crear máscaras que reproduzcan los rostros de los personajes. Según Llinas este fue el motivo por el cual la gente comenzó a reproducir el resto de la vestimenta, pero se ve poco probable teniendo en cuenta todo lo narrado anteriormente. Lo que sí resulta más convincente de creer es que esta



experiencia produjo en Japón el interés por crear una industria que respondiera a la demanda de este nuevo público. Comenzaron a aparecer tiendas especializadas en fabricar trajes de forma industrial, como así también los accesorios necesarios entre los que encontramos los dos principales: las pelucas de kanekalón²¹, con los colores e incluso los peinados específicos de los personajes como así también los lentes de contacto. Estos son más que simples lentes de color, ya que poseen tamaños y formas que imitan muy precisamente el aspecto de los personajes. Y algo más, fue la industria del manganimé la que se dio a la tarea de difundir toda una serie de usos y costumbres del fandom, entre ellos el cosplay. A ellos se le sumaron los “*kameko*” (chicos de las cámaras) que son fotógrafos aficionados en retratar sea en eventos o en sesiones de fotos el trabajo de estos artistas. Muchos de estos, aunque inicialmente lo hacían por tener sus propios álbumes de fotos, con el avance de la Internet y las redes sociales comenzaron a difundir sus trabajos haciendo que el alcance de este se volviera global. Este fue un factor fundamental que posibilitó que el cosplay penetrara en otros países, incluido el nuestro, como veremos a continuación.

3.3 El cosplay triunfa en Europa y Latinoamérica

3.3.1 La conquista del viejo continente

Europa es desde siempre un buen receptor de productos culturales como la historieta, pues de hecho tanto Francia como Italia dan origen a dos escuelas de dibujo reconocidas a nivel mundial, tal como afirma el historietista argentino Eduardo Riso en una entrevista donde se lo consulta sobre el tema.²² Desde que las historietas existen siempre hubo un importante mercado tanto de producción como de importación de material de diversos orígenes como el cómic estadounidense, el manga

²¹ El kanekalón es un material sintético que se utiliza para hacer pelucas de uso cotidiano y visualmente se ven con apariencia muy natural, diferente a las de teatro o de cotillón.

²² Tomado de la entrevista radial para el programa “Tierra de fans” #8 emitida el 8 de julio de 2015. <https://www.youtube.com/watch?v=HkiE-APc96A>

japonés e incluso muchos dibujantes y guionistas argentinos han consagrado sus carreras en Europa. Además las televisoras europeas han tenido desde siempre en sus grillas un importante espacio para el animé y series “de culto”, lo que ha hecho que todos estos productos estuvieran más presentes en el imaginario popular que en otros lugares. Y esto posiblemente es lo que posibilitó la formación de diversos fandoms. Italia es seguramente el lugar de mayor popularidad de la historieta, por eso no es de extrañarse que fuera en este país donde al día de hoy el cosplay muestra mayor actividad, dando figuras de fama y reconocimiento mundial como Giorgia Vecini (quien ilustra la portada de este capítulo) y Francesca Danni, ambas ganadoras del *World Cosplay Summit (WCS)* de Japón. No nos adentraremos en analizar la escena europea ya que no contamos con espacio ni información suficiente para hacer un análisis. Sólo diremos que en España, nuestro referente más accesible para comparar con Latinoamérica, la actividad de los fans comienza a finales de los años ochenta y principio de los noventa. En 1985 arranca el primer evento de envergadura nacional que al día de hoy se mantiene: el *Salón del Cómic en Barcelona*. Y el título nos muestra que el interés original de los fans se dio primero por los cómics estadounidenses y sus personajes.



En su libro, Igor Gobbi le dedica todo un capítulo a los primeros cosplayers de los “tebeos” de superhéroes que aparecieron con sus “disfraces” en 1991 en el Salón del Cómic y se mantuvieron en la actividad durante años. Luego fueron apareciendo paulatinamente las representaciones de personajes de animé. Cabe destacar que en el registro de Gobbi se ven cómo al grupo lo integran hombres y mujeres en igual proporción, lo que no es tan común en Estados Unidos y Japón. También es importante tener en cuenta que los animés llegaban varios años antes a España y era común entre los primeros otakus argentinos

observar qué series se estrenaban allí para prever cuáles llegarían a Latinoamérica. Para aquellos que podían acceder al material, las ediciones españolas de algunos animés en VHS, así como las revistas de información sobre el tema eran muy codiciadas.

3.3.2 Latinoamérica y el “boom” del animé

La buena recepción de estas prácticas culturales en Europa ayudaron a que las productoras japonesas de animé comenzaran a ver en Latinoamérica un buen lugar para comercializar sus productos de modo más formal y organizado, lo que sería decisivo para el cosplay como veremos a continuación.

Si bien siempre se pudo adquirir en los mercados latinos cómics estadounidense y algunos animés, además de producciones para cine y TV estadounidense además de algunas historietas locales, no hemos encontrado investigaciones que nos permita sostener la idea de que existiera desde hace tiempo la concepción del fan o la de los eventos al menos como los conocemos en la actualidad. Más bien los fans han aparecido en los últimos veinte a treinta años. El caso argentino es muy particular porque sí se encontraba una interesante industria de historietas y humor gráfico comparable a la europea y la estadounidense que se desarrolló desde fines de la década del '20. Pero en otros países donde la producción vernácula fue menor, o al menos no tan reconocida internacionalmente, las prácticas “fans” parecen haberse limitado al coleccionismo a través de las comiquerías, convirtiéndose en una cuestión de “gueto” al que accedía la gente que vivía en las grandes ciudades, y poseía no sólo cierto poder adquisitivo sino conocimientos amplios de estos temas.

Por cuestiones de síntesis en nuestra investigación y de falta de datos no podemos abordar qué pasaba en las etapas “pre-fans” o el comportamiento de otros posibles grupos de fans que no sean los otakus. Además entendemos que la historia latinoamericana, si bien siempre vivió procesos más o menos comunes y compartidos (como los procesos de independencia, o los regímenes de facto) no puede ser reducida a

conceptos rígidos, por lo cual habría que analizar cada caso en profundidad. Por lo tanto, lo que vamos a exponer a continuación, son características que sí encontramos comunes a todo el continente latinoamericano desde México a Argentina para finalmente centrarnos en nuestro objeto de estudio, es decir el caso argentino.

Nos parece importante volver a resaltar que lo que ocurrió en nuestro país en cuanto a la penetración del animé y la creación de eventos y otros espacios para los otakus tiene estrecha relación con lo que pasó en otros países con productos y fechas muy similares, ya que se trató de un fenómeno globalizado como hemos dicho antes. Pueden dar cuenta de ello diversas investigaciones realizadas en los últimos años. Citamos ante todo a modo de ejemplo, la descripción de la llegada del cosplay a México que ofrecen Marisol Bravo Guzmán, Saúl Nieto y Vladimir Charco Chávez (2010) como así también la investigación que realiza desde hace varios años Fernando Serrano en el mismo país. Es en las tierras aztecas donde también encontramos el primer antecedente de una investigación en relación al cosplay (en este caso en su cruce con el mundo del derecho civil) en el trabajo de Inglaterra Martínez (2005).

Analizan de modo similar la llegada del animé Lucía Balderrama Gastelú y Carmen Pérez Hernaiz (2009) en su trabajo sobre los otakus de Caracas. Características similares son descritas en los informes del equipo de trabajo dirigido por Rafael del Villar Muñoz que desde el Departamento de Investigaciones Mediáticas de la Universidad de Chile investiga el tema desde el año 2000. A ellos se le suman investigaciones en Lima que estudian a un grupo particular de fans: los del animé *Naruto* (Vidal Pérez, 2010) y la investigación de grupos de jóvenes fans de Lima, Huancayo y Arequipa llevada a cabo por Katia Cohen y Sofía Pichihua (2007). Respecto a la Argentina, las conclusiones obtenidas por nosotros coinciden en gran parte con las expuestas por Alejandro Soifer (2012) en su libro *“Que la fuerza te acompañe”*. También Vanina Papallini (2006), aborda brevemente el tema en su investigación titulada *“Anime: mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social”*.

No obstante aunque el fenómeno sea global, cada país e incluso cada región vive el cosplay según su propia visión, ya que este se integra muchas veces a prácticas pre-existentes. No es de extrañarse que los dos países además de Argentina, donde el cosplay es vivido con más intensidad sean México y Brasil, como podemos ver en el ranking de los cincuenta cosplayers más populares a nivel mundial en el sitio web *Worldcosplay.net*²³, donde Brasil ocupa cuatro puestos (uno de ellos en el décimo lugar), México dos, mientras que Argentina y Chile sólo uno. México cuenta con dos factores que juegan a su favor: uno de ellos es la cercanía a Estado Unidos y por ende al mercado y la tradición de eventos que allí se encuentran. El otro es su fuerte vinculación a la práctica del disfraz, o mejor dicho a las vestimentas rituales que datan de la cultura precolombina. Menciona Fernando Serrano en un artículo de su blog cómo se da este proceso por un lado en la entrada de las costumbres del Halloween a la tradición mexicana del Día de los Muertos, y por otro, la tradición ancestral del carnaval. Así lo analiza con respecto al carnaval de Tlaxcala, en el cuál sostiene:



“Los personajes de historietas, series animadas, videojuegos y películas invaden espacios y tiempos destinados a las celebraciones enraizadas en las cosmovisiones locales. Así se observa durante la interpretación de danzas de carnaval, cuando algunos danzantes decoran sus indumentarias con alguno de esos personajes o de plano se disfrazan como tales” (Serrano, 2013).

Por su parte, Brasil tiene toda una cultura en torno a la representación, al desfile y al disfraz que proviene de su historia pre-independencia. Allí también existen algunas investigaciones que estudian esta práctica dentro del marco de las costumbres otaku²⁴ (Machado, 2009), fenómeno que parece haber comenzado en los años ´80s. Dichos estudios se basan en los conceptos de “hibridación cultural” de García Canclini y “culturas juveniles” de Rossana Reguillo. Esto nos permite

²³ Según el ranking consultado el 30 de agosto de 2015 a las 14.15 (GMT -3) de www.worldcosplay.net

²⁴ Se puede consultar el artículo completo en: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3480-1.pdf>

conjeturar sobre un cruce entre la tradición local del carnaval carioca con la práctica cosplayer como en el caso mexicano.

Volviendo la mirada hacia el origen de fenómeno del cosplay en Latinoamérica, podemos afirmar, a raíz de las conclusiones de todos estos investigadores, que el gran impulsor del desarrollo de fandom, los eventos y el cosplay ha sido la explosión del animé desde 1993 en adelante. No obstante, este ya se televisaba desde bastante antes. Hubo muchos animés que se transmitieron desde los años '70: *Astroboy*, *Meteoro*, *Robotech* (*Macross* en su versión "adaptada" junto a *Southern Cross* y *Mospeada*), *Capitán Harlock* (renombrado *Capitan Rainmar*), *Lady Oscar* (originalmente *La Rosa de Versailles*), *Mazinger Z* y muchas otras series de mechas tales como *Arbegas* o *Voltron*. También *La princesa de los Mil Años*, *Cobra*, *Kimba el león blanco*, *Kun Kun*, *Mujercitas*, *Candy Candy*, *Supercampeones* (*Captain Tsubasa*), etc. Estas producciones convivían en las grillas televisivas con producciones locales de programas infantiles (por ejemplo el mítico *Titanes en el Ring*) y series estadounidenses como *He-Man*, *GI-Joe*, *El hombre araña y sus Súper Amigos* (en la versión de los años '70), *Las tortugas Ninja*, *Transformers*, *Jem*, *Los Cazafantasmas* y muchas otras más.

Ahora bien, el público en ese momento mayormente infantil de estos animés no se constituía como un grupo de fans con identidad reconocible como lo son los otakus hoy en día. Incluso, aunque se conociera el factor de que se trataba de producciones japonesas, esto no era un punto determinante en su elección de productos televisivos. Aunque encontraran características particulares (como el estilo de animación, o los famosos "ojos gigantes"), la oferta al estar reducida a la televisión abierta era mucho menor y por lo tanto se podía ser menos selectivo. Por el lado de las televisoras, el animé era un producto enlatado dirigido al público menudo con la misma importancia que podría tener *El Chavo del Ocho*, por mencionar un ejemplo más local. La cuestión del origen era entonces, una mera anécdota. La política de los responsables en la cadena de importación de estos productos culturales fomentaba que así fuera. Esto podemos analizarlo en varios factores:

Uno de ellos es que la gran mayoría de los animés aunque de origen japonés poco y nada tenían que ver con este: transcurrían en la Prehistoria, en la Europa del siglo XVIII y XIX, en el futuro... pero no en el país del Sol Naciente. Era justamente esa característica las que las hacía a ojos de los comerciantes de derechos de los animés “exportables”, ya que podían ser comercializados en cualquier mercado sin problemas y a un público masivo. Jenkins, siguiendo a Koichi Iwabuchi, llama a este tipo de productos “*inodoros*”, es decir que no poseían una “fragancia distintiva” de su fabricación. En el caso que existiera parte de esta marca de origen, se optaba por hacer una suerte de “desodorización” del animé en cuestión y “especialmente cuando apuntan al mercado mayoritario, se enmascaran sus orígenes nacionales y sus contenidos se adaptan a los gustos estadounidenses” (Jenkins, 2009: 191). Debemos agregar que en aquellos años muchos animés pasaban primero por distribuidoras estadounidenses antes de ser comercializados en Latinoamérica, por lo que eran adaptados principalmente a criterios del -supuesto- gusto del país del norte. El cambio de referencias a nombres y lugares es uno de los casos más extremos. El ejemplo más paradigmático es el de *Supercampeones (Captain Tsubasa)*, el clásico anime de fútbol “soccer” (la mención permanente al soccer en el doblaje mexicano de la serie es muy llamativa, pues nadie en América Latina llama al fútbol de ese modo). Personajes como Tsubasa Oozora, Genzo Wakabayashi, Sanae, etc. fueron renombrados y conocidos por el público como Oliver Atom, Benji Price, Paty y así sucesivamente. Observemos que los nombres son de raíz anglosajona (cuando lo lógico hubiera sido poner nombres latinos si se apuntaba a un público local). Una modificación por demás de incoherente con el espíritu de la historia, ya que cuando los personajes disputan el Mundial Juvenil de Fútbol se hace permanente referencia a su origen japonés.

Pese a todos estos inconvenientes estas series se emitieron durante muchos años y fue muy grande la impronta que dejaron en la infancia de aquellos que en estos momentos rondan entre los treinta y cuarenta años, se hayan vuelto otakus o no. Un tercer factor que impedía

la consolidación de la identidad de ciertos productos como el animé, tiene que ver con la lógica de los canales de la época. En aquellos años apenas comenzaba a aparecer la televisión por cable, y esta era de un consumo muy reducido debido a sus elevados costos. La venta de los derechos de emisión se hacía no a cadenas nacionales o de alcance continental, sino a pequeñas televisoras de aire, muchas de estas simples repetidoras de los canales de las grandes ciudades (como lo eran inicialmente *Canal 3* y *Canal 5* de Rosario) que los emitían como programación de “relleno” muchas veces en épocas de vacaciones o por auspicio de alguna juguetería y que no tenían un particular interés por las series en sí mismas.

La segunda parte de los años '90 fue la que marcó el inicio del furor del animé en Latinoamérica y con él la posibilidad de consolidar una escena de fanáticos otakus dispuesta a ir a eventos y que consideraba usar o ver los cosplays como uno de los principales atractivos, incluso si sus elecciones se volcase posteriormente por personajes de otros orígenes. Según las investigaciones ya mencionadas el fenómeno explotó de modo más o menos global entre 1993 y 1995 cuando Toei Animation (empresa japonesa productora de los principales animés de la época) decide hacer cambios en la política de comercialización para Latinoamérica e imponer algunas condiciones, como por ejemplo el no cambio de nombres ni de openings y endings (presentaciones y cierres del capítulo) que en el caso del animé son muy impactantes en lo sonoro y visual). Esto no es algo que se aplica de forma pareja en todos los casos, pero es una tendencia que gana el mercado en pocos años. Esto permite la llegada de lo que la revista argentina *Lazer* (1997) en su número #1 tituló en su tapa “*La segunda oleada de animación japonesa*”. Este rótulo no es caprichoso, sino que explica muy bien lo que pasó con el animé en el territorio. Tres series se transmiten de manera casi simultánea en todo el continente de habla hispana por televisión abierta: *Caballeros del Zodíaco* (el título con el que se dobla *Saint Seiya* en 1993 en México, donde se emite por primera vez, y comienza a transmitirse en Argentina por ATC en 1995), *Sailor Moon* (1996) y *Dragon Ball* (la primer

serie llega entre 1995 y 1997 y para 1998 se emite *Dragon Ball Z*). Ayudó también que algunos canales de cable como los argentinos *Magic Kids*, *Cablín* y *The big Chanel* obtuvieron los derechos de estas producciones, a veces anticipándose a las emisiones de aire. En otros lugares como Chile, por ejemplo, el canal de corte infanto-juvenil ETC era el principal impulsor de la llegada de estos productos. A los canales de cable locales se le sumaría en 1998 la señal internacional *Locomotion*, un canal dedicado a la animación 24 horas y apuntado a un público adulto que fue pionero en la llegada de animés ahora considerados clásicos como *Neon Génesis Evangelion*, *Cowboy Beebop*, etc. y que también traería la novedad de pasar animé sin censura y subtulado.

No nos extenderemos demasiado en las razones de porqué el animé resulta tan atractivo para Occidente, ya que ha sido ampliamente trabajado en obras como la de Jacqueline Brendt (1995) y otras, pero nos limitaremos a decir que además de poseer todo un código narrativo y estética propia, las tramas en sí mismas abren la puerta a una lectura intertextual y en varios niveles “implicando una ruptura epistémica con los conceptos clásicos de texto cultural cerrado” (Del Villar, 2004). Obliga al televidente a tener competencia sobre temas específicos, como ser la relación que poseen los personajes de *Sailor Moon* con las características de los planetas de los que toman sus poderes. También posee un lugar destacado el peso emotivo de los argumentos, que hacen constante referencia al valor del amor y la amistad, el esfuerzo, el sacrificio, la importancia de ser parte de una misma generación con lazos compartidos, etc. Sólo diremos que este grupo nuevo de gente joven otaku tenía y aún tiene mucho que aportar a la escena latinoamericana de los fandoms, trayendo todo tipo de nuevas actividades hasta entonces poco conocidas como las bandas de música de animé, los karaokes, y por supuesto los concursos de cosplay. Detallaremos el desarrollo de esto en nuestro país en el siguiente capítulo.



CAPÍTULO 4
EL COSPLAY
EN ARGENTINA

4.1 Un fenómeno que se construye

En el capítulo anterior pudimos ver el desarrollo de las dos líneas básicas del cosplay: la estadounidense y la japonesa. De ahora en más nos centraremos en analizar como este llega a nuestras tierras y que características particulares se dieron en este proceso.

Como explicamos anteriormente, las historietas (provengan de Estados Unidos o de Japón) junto a las películas y series de culto (de animación o con actores), los eventos y los clubes de fans formaron una amalgama en que unos pueden desarrollarse gracias a la presencia de los otros. Es por esto que explicamos el desarrollo de estos tres factores con profundidad. A partir de esto podemos establecer una hipótesis: para que el cosplay surja debe haber un espacio físico y simbólico en que este pueda exhibirse y desarrollarse. Este espacio son los eventos dedicados al cómic, manganimé, y los productos televisivos y cinematográficos “de culto”. Ahora bien estos eventos no aparecen en escena hasta que se consolida uno o varios fandoms medianamente organizados (recordemos: el fandom es un grupo de personas que comparten una misma afición y se identifican como fans) que los promueve o al menos colaboran en la organización de estos. El objetivo es encontrar un canal de expresión para distintos intereses: reunirse con personas a quienes les gusta lo mismo, exhibir sus creaciones artísticas, encontrar productos relacionados a su afición, etc. Creemos que en el caso de la Argentina, se da la misma relación y esta posibilitó el surgimiento y consolidación de la escena cosplayer local tal cual la conocemos hoy día.

Esta sección se escribió fundamentalmente en base a archivos hemerográficos de la época, filmaciones y fotografías caseras, a lo que se sumaron “mini-entrevistas” hechas principalmente vía Facebook y unas escasísimas notas de revistas especializadas que miran retrospectivamente el fenómeno. También recogemos los aportes de diversas investigaciones de Ricardo Esteban De Luca, quien desde su mirada antropológica analiza el surgimiento de los eventos en Argentina y la constitución de varios fandoms locales; ya que a nuestro criterio sus

conclusiones coinciden en gran parte con lo que hemos observado en nuestra experiencia personal al asistir y participar en eventos locales y nacionales. A su vez, los aportes de nuestros informantes claves nos sirvieron para cotejar con la praxis ajena la teoría y la experiencia propia.

Otra vez volvemos a señalar la idea equivocada que dan los medios de comunicación nacionales, que explican fenómenos como el animé o el cosplay de un modo totalmente descontextualizado. Su visión de la problemática es totalmente ajena a explicar que estos procesos se desarrollan dentro de un marco histórico, económico y social que ayudan a su expansión o la obstaculizan. Por ejemplo, la masificación de las TICs en los comienzos siglo XXI y la expansión de los eventos y el cosplay, y en la introducción de cambios en sus características inherentes. Podemos señalar que, según nuestro análisis el cosplay en Argentina presenta varias etapas: una previa a la consolidación del concepto de “fan”, otra que se corresponde con los inicios de los clubes y eventos; otra de consolidación como fenómeno; y una final o actual de crisis e incluso estancamiento.

La Argentina tiene una característica muy particular en su historia fan. Si bien tuvo desde el final de la década del ´20 su propio nicho de producción de historietas nacionales y también de literatura de ciencia ficción o fantástica, no es hasta mediados de los años ´80s que surgen algunos grupos de fans y hasta mediados de los ´90s que comienzan a organizarse eventos. En los casos anteriores vimos que en un período de quince años o menos de desarrollo de alguno de estos productos culturales, ya aparecían los eventos y en estos los cosplayers. En el caso argentino la distancia en el tiempo entre la aparición de determinados productos y una organización por parte de fans es muy grande como para dejar de señalarla y es lo que estudiaremos a continuación.

4.1.1 La historieta nacional en la época pre-fans

Si analizamos la historia de los consumos culturales vinculados al entretenimiento, y específicamente los relacionados con la historieta, puede constatarse que, en relación al resto de Latinoamérica, la Argentina

tuvo durante el siglo XX una posición privilegiada, no solo por la temprana constitución de un público lector masivo para esta discursividad mediática, sino por el afianzamiento progresivo de una producción local que llegó a tener trascendencia mundial. En un encuentro con sus fans realizado en el marco de la Crack Bang Boom 2015, el dibujante argentino Horacio Altuna²⁵ decía que en el exterior del país, “ser dibujante argentino es como decir soy técnico alemán: el origen habla de la calidad” (Altuna, 2015). Esto nos habla del prestigio internacional que posee la industria nacional de la historieta.

Hagamos un poco de historia. En el mercado argentino, la editorial líder del género fue Editorial Columba, que fue fundada en 1922 por los hermanos Ramón y Claudio Columba. En 1928 lanzan la revista “*El Tony*”, la cual publicaba en sus números varias series de cómics de aventuras, y que por ello algunos la consideran la primera revista de historietas del mundo. Sin afirmar categóricamente esto, recordemos que “*Superman*” (el primer cómic estadounidense de aventuras) se publica recién en 1938 y su primer tomo recopilatorio aparece en 1939. Destaquemos que la producción de Columba en todas sus ediciones era en su inmensa mayoría de origen local, hecha por guionistas y dibujantes argentinos. Además de la ya mencionada “*El Tony*”, otros títulos de gran popularidad fueron “*Intervalo*”, “*Fantasía*”, “*D’Artagnan*”, “*Nippur Magnun*”, etc. Esteban De Luca en su artículo “*Pensar la historieta*” señala:

“Desde la década del 70, Columba junto a ediciones Record, que para entonces publicaba las revistas ‘Skorpio’ (1974), ‘Tit Bits’ (1975), ‘Corto Maltes’ (1975), ‘Pif Paf’ (1976), ‘Gunga Din’ (1980) y ‘Skorpio Plus’ (1984), monopolizarían el mercado de edición de historieta. Un mercado que contaba para esos años con más de 16 publicaciones de alrededor de 100 páginas cada una. Es decir argentina producía cerca de 1600 páginas de historieta por mes. Y se estimaba que sólo las revistas de Columba, alcanzaban a vender entre todos sus títulos cerca de 2.5 millones de ejemplares al mes” (De Luca, 2014: 3).

Otras importantes publicaciones dedicadas a la historieta fueron “*Hora Cero*” y “*Frontera*” editados por la Editorial Frontera a finales de los años ‘50s y que fuera hogar de títulos como *Sargento Kirk*, *Ernie Pike*, *El Eternauta*, entre otros (Conforti, 2013: 43). Además de estos títulos

²⁵ Horacio Altuna es dibujante de muchas obras importantes del patrimonio de historietas local y un artista reconocido a nivel mundial. Sus trabajos más conocidos son su colaboración con Carlos Trillo para “*El loco Chávez*” y “*Las pueritas del señor López*”

recordemos todos los publicados en la contratapa de diarios como *Paturuzú* que originalmente apareció en el diario “*Crítica*” en 1928 y luego tuvo su publicación autónoma. Ya llegados los años ´60 aparece *Mafalda* en el semanario “*Primera Plana*”, por citar algunos ejemplos conocidos. Por si esto fuera poco, hay que recordar las historietas cómicas, que por lo general abarcaban apenas una tira de viñetas centradas en algún personaje, estuvieron presentes en la gráfica argentina desde poco tiempo después de la aparición del cómic en la prensa estadounidense y que la caricatura política en publicaciones periódicas era habitual desde la segunda mitad del siglo XIX.

Esta importante producción nacional en el terreno de la historieta puede hacernos suponer que fue acompañado por la formación de un club. Pero esto no es así. Aunque estas eran muy populares pues no sólo eran leídas por un público infantil o juvenil sino también por sus padres quienes eran los principales compradores de las revistas o el diario, o por los mismos niños o púberes devenidos adultos, y que sus lectores muchas veces guardaban una fidelidad de décadas a determinada historieta, no existían clubes de fans o similares.

La falta de un grupo definido de fans es acompañada también de la falta de eventos dedicados a la historieta nacional. Nos señala De Luca que la única reunión que hacían los historietistas eran las bienales, y que en ellas rara vez participaban las editoriales. En el caso de Columba la distancia que mediaba entre los dibujantes y guionistas, y la casa editora es más evidente; pues cuando los artistas entregaban los originales de sus trabajos, la editorial no se los devolvía para que no pudieran recomercializarlos. En cuanto a los aspirantes a trabajar en la industria llegaban a través de las escuelas de dibujo, las cuales tenían la función de enviarlos como ayudantes de algún dibujante. Una práctica diferente a la que suele suceder hoy por hoy, en que los aspirantes o comienzan con algún fanzine o se pueden contactar con artistas reconocidos o personalidades de la industria editorial a través de los eventos. En cuanto a los lectores, ellos tampoco tenían la oportunidad de conocer a los autores de sus historias favoritas pues como dijimos las bienales no

estaban abiertas a todo público ni tenían ese objetivo. Encontramos entonces en el ambiente de la historieta nacional dos cosas: la falta de intercambio de las editoriales y los artistas con el público lector (más allá de las cartas que estos pudieran mandar a la editorial) y la escasa fuerza que tenían incluso los mismos escritores y dibujantes, que no conformaban siquiera un grupo que pudiera defender sus completos derechos sobre su obra que en ocasiones ni siquiera poseían físicamente. Hay que señalar que en este último punto en la industria estadounidense del cómic ocurría algo parecido. Es conocido el caso de Jerry Siegel y Joe Shuster, que batallaron varias décadas con DC Comics por los derechos de autor de *Superman*, de los cuales no recibieron regalías por largo tiempo.

No obstante, hay una bienal que sí suscitó interés de un público importante: la celebración en 1968 de la "Primera Bienal Internacional de la Historieta", en el Instituto Di Tella (Buenos Aires). Este evento contó con la reunión de importantes artistas del género del país y el extranjero. La reunión tenía la intención de consolidar la historieta en la escena nacional y lograr la realización de algunos proyectos (como la creación de un museo, hemeroteca y filмотeca de la historieta) que finalmente no se llevaron a cabo. Pero sirvió para despertar el interés de gente del arte, la filosofía, la literatura, la semiótica, etc. Allí surge un primer antecedente de revista de información sobre la historieta: la revista "*LD*" (siglas de "*Literatura Dibujada*"), fundada por Oscar Masotta pero la publicación sólo dura tres números. Lamentablemente, el furor que despertó esta bienal fue pasajero como explica Néstor Gustavo Giunta (1996). Como consecuencia indiscutible de la Bienal del Di Tella de 1968, se comienza a tomar "en serio" la historieta en los ámbitos intelectuales, aunque no por demasiado tiempo ya que, pasado el furor, la subestimación sobre el género vuelve a notarse.

Más allá de las especificidades de la industria nacional de la historieta, nos interesa concentrarnos en el papel de los lectores de esta. Ciertamente poseían un contrato de lectura diferente al actual consumidor

de cómics o manga²⁶. Eran lectores pero no se veían a sí mismos como fans, ni tenían prácticas de estos. En *“Pensar la historieta”* (De Luca, 2014: 5) se recogen los testimonios de varios lectores que explican que veían la lectura como un acto más bien privado, y que no se planteaban en absoluto la cuestión de si había otras personas interesadas en lo mismo. No sabemos por qué la mirada de estos lectores era distinta, pero sí podemos encontrar las características de la historieta nacional de esos momentos. De Luca explica en su trabajo titulado *“La historieta argentina desde la experiencia de lo cotidiano”*, cuáles son las particularidades que presentaba este consumo:

“...la historieta estaba instituida en lo domestico. Integrada al mundo social, próximo en la experiencia, se podía transmitir de padres a hijos. Tenía un carácter de preexistencia, estaba dentro de lo social, socializar era también socializarse en el consumo de historietas (...) Y esto nos remite a un punto que destacamos en lo cotidiano, la noción de lo inmediato. Lo cotidiano vive el momento presente y por su propia abundancia se descarta a futuro.” (De Luca, 2014: 7)

Estos tres elementos: inmediatez, abundancia y preexistencia, parecen ser al menos una de las explicaciones de la falta de constitución de los lectores como fans. Recordemos como vimos en las experiencias foráneas que los agrupamientos de fans estaban relacionados justamente con la falta de algo: del material que da pie al consumo, de información, etc. Pero si algo abunda, ¿para qué coleccionarlo? ¿Para qué unirse con otras personas con el objetivo de conseguirlo o saber algo más de esto? Justamente cuando surge el primer club de fans de *Nippur de Lagash* a finales de la década de los noventa, es posteriormente al cese de publicaciones nuevas de Columba (que deja de editar material nuevo en 1994), el cual sería el antecesor del “Grupo Woodiana”, cuyos miembros se dedican desde el año 2006 a recuperar y escanear material editado por Columba. Esto coincide con lo que De Luca llama el *“periodo de escasez”*, el cual se da por ciertos cambios en el mercado argentino de la historieta que analizaremos en párrafos siguientes. No obstante, la abundancia de material de lectura nos parece una explicación verosímil pero insuficiente

²⁶ Señalamos que cuando nos referimos a “cómic” y “manga”, lo hacemos refiriéndonos como sinónimos de la industria de la historieta estadounidense y japonesa respectivamente. Si bien conocemos que en sus idiomas de origen estas palabras refieren a todo el universo de historietas más allá de su lugar de producción, es una práctica normal entre sus actuales lectores usarlos con el sentido restringido que aquí aplicamos.

para explicar la no existencia de fandoms. ¿Qué pasaba con el posible caudal creativo de los lectores? ¿Era absorbido por las escuelas de dibujo en su totalidad o los bosquejos de historias quedaban perdidos en cuadernos personales? ¿Por qué no decidirse a mostrarlo? La idea de que estos lectores/productores (potenciales) están solos en su afición y que *realmente* sienten que a nadie más puede interesarle lo mismo que a ellos es una posible respuesta, pero afirmarlo o negarlo no nos es posible en el marco de esta investigación.

No queremos dejar de mencionar que así como no había grupos de fans de la historieta nacional, sea desde el punto de vista de la identificación o de sus prácticas, tampoco lo había del cómic estadounidense o de las series de TV, o del radioteatro de aventuras o romántico o de las telenovelas locales. Tampoco encontramos grupos de fans relacionados a la ciencia ficción. En resumen no había ningún tipo de fans conformando fandoms como sí lo había en Estados Unidos o en Japón para ese entonces. Ni siquiera existía el término. Libertad Borda (2009) señala que se hablaba de “admiradores”, principalmente en relación a figuras del espectáculo nacional y menciona que Niní Marshall creó su personaje “Catita”, basada en las admiradoras de Juan Carlos Thorry, un actor de radioteatro y de cine. De Luca sostiene explícitamente acerca de los lectores de historieta nacional que estos no se pensaban a sí mismos como fans. Eran lectores indiferenciados, lo eran de historieta como podían serlo de cualquier otra cosa. Laura Ponce, editora de “*Próxima*”, revista argentina dedicada a la ciencia ficción fue consultada por nosotros y en su visión de la problemática afirmó:

“la palabra fan desde el concepto mismo es estadounidense; llega acá en los noventa (...) la idiosincrasia argentina pasaba por otro lado, la agrupación viene por los clubes de fútbol (...) era en el único espacio en que se usaba esa palabra: ‘fanático’. Ni siquiera se usaba en la música”.

Estas reflexiones al respecto del concepto de fan nos sirven para introducirnos en la historia del que fue el primer grupo de aficionados en tener conciencia de su identidad como fans, además de realizar acciones que den cuenta de ese interés. Para esto debería pasar un considerable

tiempo hasta llegados los años ochenta, que es el período que analizaremos a continuación.

4.1.2 Los primeros clubes de fans y comiquerías

Llegamos finalmente a la década del ochenta en la Argentina. Las dos últimas décadas habían quedado marcadas por el signo de los diversos gobiernos militares que interrumpían la continuidad democrática constantemente. La historieta nacional podía circular libremente -más allá de que su mayor momento de gloria había sido en los años '50- perdiendo posteriormente parte de su público contra la televisión (Giunta, 2006) en la medida en que sus obras fueran asépticas desde el punto de vista político, formularan entre líneas sus críticas a los parámetros de "moralidad" impulsados por la dictadura de turno, o su penetración en la sociedad fuera tal, que una censura global se tornó imposible, tal como sucedió con "*Mafalda*"²⁷.

En este contexto, armar algo como un club de fans (que implicaba una reunión física de personas sin vínculo familiar y a su vez la discusión de ideas que no necesariamente serían las que interesaban a los gobiernos de facto) era algo difícil de pensar. Por un lado, era arriesgarse a hacer desembocar una simple reunión en una tragedia personal y grupal. Por el otro las preocupaciones del país pasaban por otros lugares. Por eso resulta interesante -y no casual- que sea 1982 el año en que, al mismo tiempo, comience el desmoronamiento de la última dictadura militar y aparezca el primer club de fans de Ciencia Ficción, y que sería también, además, el primero que daría lugar a la formación de fanzines y algunos eventos, aunque no con el perfil de los actuales.

A diferencia de lo que había pasado en Estados Unidos, la Ciencia Ficción había recorrido un camino diferente entre los lectores argentinos. Laura Ponce explica sobre este género:

²⁷ Más allá de la diversidad de temas que tocaba la historieta argentina de su época "dorada", no mostró compromiso con su tiempo político hasta llegados los años '60. Ampliamente conocida es la historia de Héctor Germán Oesterheld, el escritor de "El Eternauta" que en la segunda parte de su obra maestra hacía explícitas sus ideas políticas. Oesterheld, además fue jefe de prensa de la organización Montoneros y fue secuestrado por la dictadura militar junto a sus cuatro hijas y yernos en 1977 y asesinado un año después. No menos conocido -y mucho más influyente en generaciones de niños y adolescentes- son los posicionamientos ideológicos y políticos explícitos que recorren una y otra vez las viñetas de *Mafalda*.

“No tuvo su periodo ‘pulp’ hiperpopular como la estadounidense. Acá la literatura de Ciencia Ficción, o cercana era seria: Borges, Bioy Casares. Estaba la revista ‘Más allá’, después la ‘Minotauro’ y ‘El péndulo’, pero el mercado era más chico, la lectura no estaba extendida a los ámbitos populares”.

No obstante, algunos de estos lectores del género se asumieron a sí mismos en una identidad de fans, y decidieron armar su propio club. El grupo que fundaron fue bautizado como “Círculo Argentino de Ciencia Ficción”, más conocido por sus siglas: C.A.C.y.F. Un folleto que el grupo repartía, nos habla de su historia. Un lector de la revista “El péndulo”, S.D. Gautvel Hartman, sugirió en el correo de lectores la idea de juntarse y “hacer algo” para fomentar el desarrollo de la ciencia ficción local. Aunque no tenían una idea clara de lo que querían lograr, el 27 de febrero de 1982 se hace la primera reunión con sólo siete personas, en el bar porteño “Toba´s” (Folleto del C.A.C.y.F, 1984). De allí surgen varias más con un intervalo aproximado de quince días entre estas, donde el número de gente comenzó a aumentar principalmente por el “boca a boca”.

Algunos párrafos del boletín #1 de este grupo, fechado en abril de 1982 nos ofrece gran material para conocer el estado de la cuestión de este género en cualquiera de sus manifestaciones gráficas o audiovisuales. Respecto a este punto, el primer párrafo dice:

“Luego de haber sido el lugar donde se conocieron las primeras y más importantes expresiones de la Ciencia-Ficción en español -en esto hay discusiones con la Madre Patria-, el “fandom” argentino -conjunto de personas e intereses que se mueven alrededor de la ciencia-ficción- ha caído en un profundo letargo, a pesar de valiosas excepciones, sobre todo en el campo de la historieta. El dominio indiscutido, a este respecto, pasó a España, como en tantos otros aspectos de la vida cultural y particularmente editorial.” (Boletín #1 C.A.C.y.F., 1982).

Pero, además de explicar la visión de los integrantes acerca del estado actual de su afición, hay un detalle de alto valor para nuestra investigación: los miembros del C.A.C.y.F se consideran “fans”. Algo inédito hasta ese momento en el contexto de los consumos culturales vinculados al entretenimiento. Posiblemente, la idea haya venido de su contacto con la lectura de revistas extranjeras sobre el tema, pues como ya se explicó el concepto era nuevo en nuestro país. El caso es que el C.A.C.y.F se constituye como una organización, inserta en el modelo de

agrupaciones sociales (bajo la figura del “círculo” con una comisión que lo preside). Lo interesante es además de la autopercepción como fans de los miembros del Círculo, que éste comienza a realizar “acciones de fans” de modo organizado apelando a la acción mancomunada. Otro párrafo del Boletín número #1 confirma nuestras palabras, a través de la respuesta a una pseudo pregunta explícita: “¿Qué puedo hacer yo por el fandom argentino?”. La respuesta es esta:

“Todo ‘fan’, todo aficionado a la Ciencia-Ficción, se ha planteado alguna vez esta pregunta. Si vive en la Argentina, la respuesta puede llegar a ser difícil, porque no existe el medio fértil que hay, por ejemplo, en Norteamérica. Pero tomando el ejemplo de los Estados Unidos, no de ahora, cuando hay publicaciones de lujo como “Omni”, con tiradas superiores al millón de ejemplares, sino de los comienzos, cuando todo se hacía “a pulmón”, es mucho lo que se puede hacer. En primer lugar, nucleándonos, poniéndonos en contacto. Escribiendo (cartas a El Péndulo; cuentos y artículos que verán -o no- la luz en algún lado, etc.). Publicando fanzines. Apoyando su edición con adhesiones en dinero, suscripciones o poniendo publicidad o promoviéndola en empresas que puedan hacerlo; vendiendo ejemplares de los fanzines, etc. Comprando libros, revistas, fanzines, etc.; leyéndolos y comentándolos. Participando en reuniones; promoviendo conferencias, espectáculos, cursos, etc., de ciencia-ficción. Interesando a otras personas en el género. Comentando todo eso. En fin, las posibilidades pueden ser muchas. Pero todas giran en torno al acercamiento que logremos entre nosotros.”

La idea de los miembros del C.A.C.y.F. es sumamente interesante, pues responde a la idea de la organización *en torno a la afición* y no a las formas tradicionales de asociación en relación a las mejoras de vida en un espacio socio-geográfico compartido (como las vecinales, por dar un ejemplo), o a la constitución y la gestión de un espacio común de esparcimiento (como los clubes deportivos), a la defensa de intereses de sector (como las agrupaciones gremiales) o a afinidades políticas.-ideológicas (como los partidos políticos). Resulta claro que la idea es tomada del modelo estadounidense, pues aquí no se encontraban antecedentes. Pero aun así era arriesgada para la época, ya que el gobierno de facto había intervenido fuertemente en la modelización autoritaria de la vida social y cultural argentina, deslegitimando la idea de las agrupaciones en general, sea cual sea el motivo que las convocara. Y la sociedad argentina había sido permeable a esa idea. Incluso ellos mismos se lo preguntan cuándo cierran su exposición diciendo:

“Lo que pasará después lo informaremos en nuestro próximo boletín. Esperemos que para entonces, la idiosincrasia individualista de los argentinos y los difíciles momentos que vive el país en las horas que esto se escribe, no hayan atentado contra este propósito que, reiteramos, está abierto a todos cuantos hacen o quieren hacer algo por el fandom argentino”.

Observemos que, por la fecha de la publicación, estas palabras son escritas en plena Guerra de Malvinas.

La vuelta de la democracia en 1983 con el ascenso de Raúl Alfonsín al poder, sin duda colabora con que los sueños de estos fans argentinos puedan concretarse. El círculo se extiende a todo el país, registrándose afiliaciones en Bahía Blanca, Mar del Plata, Rosario, Córdoba, Mendoza y Comodoro Rivadavia, entre otros lugares del territorio nacional. Aun así las cosas fueron difíciles en esos años, pues la Ciencia Ficción era visto como una idea foránea en una época de recuperación del sentir nacional (idea que ya venía del gobierno de facto, aunque el foco de lo nacional pasaba justamente por la figura de las Fuerzas Armadas). Laura Ponce opina al respecto:

“La Ciencia Ficción era vista como algo extranjero y extranjerizante, en la primer época de la democracia la recuperación de lo latinoamericano era prioridad cultural”.

Aun así se logran consolidar lazos también con fans de Chile, Uruguay, Brasil y Venezuela en la “*Con Sur I*”, evento dedicado al tema realizado en Buenos Aires entre el 23 y el 27 de setiembre de 1991. Este encuentro puede considerarse un antecedente a los eventos realizados años después de los que hablaremos en páginas posteriores. Sin embargo la Con Sur tenía una impronta más bien de evento literario, con conferencias y paneles. Es llamativo ver que no se toma del modelo estadounidense la idea de las “masquerades” ni los concursos de disfraces. Por ende, podemos afirmar que a diferencia de lo que ocurrió con las WorldCon, la Ciencia Ficción y los cosplays no se cruzaron en su consolidación en nuestro país. Estos últimos llegarían de la mano de eventos organizados por las comiquerías, que desarrollaremos en párrafos posteriores.

No queremos dejar de mencionar que esta época, pese a la situación de la historieta nacional antes descrita, abrigó otra manifestación creativa de fans que fue el “movimiento subte” de los fanzines. El “destape” que trajo la vuelta de la democracia provocó un movimiento revisionista tanto de las formas como de los contenidos de la producción nacional. Un concurso organizado por la revista “*Fierro*” inicia este proceso de renovación. Por un lado se crea un suplemento dedicado a artistas inéditos y por otro, se da “el florecimiento de un grupo de autores conscientes de la existencia de otros con la misma ansia de expresarse, que comenzaron a autoeditar y distribuir fanzines” (Huergo, 2014: 30). Esto fue posible por el avance y la popularización de la fotocopia en esos años. Es importante porque estos artistas autoeditados son los primeros en situarse en un lugar por fuera de un gran mercado editorial, imprimiendo y distribuyendo sus obras prácticamente de mano en mano, lo que era un cambio esencial respecto a las modalidades de publicación y distribución de las etapas anteriores.

En esta etapa surge un fanzine que se destaca de los otros no por las ficciones que publican, sino por tratarse de una revista de información: “*Comiqueando*”. Esta publicación, fundada por Andrés Accorsi e impresa en fotocopias, se dedicaba a reseñar tanto las novedades del cómic extranjero como de la producción local. Finalmente, durante los años ´90s se convertiría en una revista profesional que aportaría mucho al fandom argentino.

En los párrafos anteriores nos detuvimos en el hecho que la lectura intensa de historietas nacionales no había provocado el surgimiento de clubes de fans. Pero la década de los ´80s presentó un cambio en la relación de los argentinos con sus consumos culturales respecto a los de décadas anteriores. Para De Luca, esto tiene que ver con la dimensión social que adquiere el consumo (en contraposición a lo personal, lo privado, como vimos en los lectores de las revistas de Columba). Consultado por nosotros al respecto, reflexiona:

“Un conjunto de consumidores organizados está más cerca de defender o de difundir sus consumos (...) está un poco más cerca de lo que podría ser la parte pública de la cultura.” ¿Por qué se da ese cambio? No lo sabemos con certeza, pues por lo que pudimos ver a lo largo de nuestra investigación es un fenómeno que excede el fenómeno de la creación de grupos de fans”.

Una explicación de esto puede ser *“la explosión de la publicidad”*, que liga la idea de identidad con el consumo de determinados bienes materiales, a través de los cuales también se consumen bienes culturales. No obstante, hay algo que nos lleva a poner en cuestionamiento esta hipótesis, y es justamente la historia de los fandoms en otros países en épocas muy anteriores a la idea de penetración de la publicidad en todos los ámbitos de la trama social. De hecho, muchos de estos fans eran vistos como negativos por el mismo mercado. Henry Jenkins menciona en *“Piratas de textos”*, cómo su investigación abarca a determinados públicos generalmente deslegitimados por los mismos productores de los productos consumidos “de manera obsesiva” por ese público; en el mismo sentido se expresa Libertad Borda.

Durante la década del '80, la economía siempre fue un aspecto problemático de la vida cotidiana argentina y los años del gobierno de Raúl Alfonsín se vieron seriamente marcados por su devenir siempre oscilante con el cambio al austral como moneda oficial y el conocido proceso hiperinflacionario que le siguió. A esto se le sumó la implementación de leyes proteccionistas que impedían la importación de productos del exterior y que volvían casi imposible acceder a conseguir juguetes y demás artículos de colección que son del interés de los fans. Esto visto al día de hoy, con tanta accesibilidad a la información puede parecer intrascendente, pero en aquellos momentos previos a la Internet y de una incipiente televisión por cable era muy necesario que para que los empresarios locales decidieran arriesgar capital trayendo producciones de otros países pudieran asegurarse cierto rédito con la venta de “merchandising”. Esto es porque no se pensaba en la posibilidad de un mercado de fanáticos tal cual lo hacemos hoy día, por entonces, los consumidores de figuritas, juguetes, etc. eran casi exclusivamente la población infantil. Y a su vez para que hubiera consumidores, debía haber

producciones en la TV y en los quioscos de revistas disponibles para el público, lo que lo convertía en una suerte de círculo vicioso para los futuros fans locales, tanto niños como adultos.

Pero con la llegada de la Ley de Convertibilidad en 1991, que establecía la paridad del peso (la moneda que reemplazó al austral) con el dólar y un cambio diametralmente opuesto de la tendencia economía de los años anteriores, el país se encontró en mejores condiciones para comercializar productos importados. Dice al respecto Alejandro Soifer (2012: 111):

“La entrada masiva de productos del extranjeros en desmedro de la producción local, fue precisamente la década de la consolidación, el auge y la exposición de nuevos modos de consumo cultural que estuvieron íntimamente pegados a la imitación, la apropiación y la incorporación de los modelos estadounidenses primero y luego japonés”.

Un nuevo tipo de negocio comenzó a aparecer “importado” del modelo estadounidense: las comiquerías. Estas “surgieron como espacios de venta directa que fueron aprovechadas por (...) DC Comics y Marvel Comics para poner en circulación un volumen de títulos y colecciones que en la venta en quioscos no podían alcanzar” (Soifer, 2012: 115). Comprar una historieta en una comiquería es una experiencia completamente diferente a la de comprar en un quiosco de revistas en la calle. Mejor dicho, comprar un cómic. Este es un punto en que De Luca y Soifer coinciden: el reemplazo del término local “historieta” por el de “cómic” es más que una diferencia idiomática, es una diferencia del tipo de consumo. Ir a una comiquería es una salida del ambiente de lo cotidiano. Sostiene De Luca:

“La iniciación en la lectura carga ahora la simbología de un ritual de pasaje. No es leer una historieta sino empezar a leer historietas, iniciarse en un conjunto de experiencias de lectura que no forman parte de lo conocido. Es el paso entre dos universos. El momento en que se cruza la barrera de lo cotidiano, donde ya no está la historieta, para arribar a un universo “otro” donde ella puede existir. Y lo que existe allí no es precisamente la historieta sino el cómic”. (De Luca, 2014: 13)

Estos locales comenzaron a traer cómics de origen estadounidense con buenos resultados. Varias editoriales argentinas como Perfil, apuestan a ediciones en castellano de títulos de superhéroes. Resulta

necesario señalar que en nuestro país ocurre este “boom” del cómic, en su lugar de origen la industria comiquera ya no vivía la fuerza comercial y productiva de las edades de oro y plata, pues los números de las ventas no le eran favorables. No obstante estas malas ventas animaron a los editores a buscar nuevos caminos. Argumentalmente, gracias a esta “crisis” las editoriales como DC se arriesgaron a ciertos cambios en la complejidad de los guiones a fin de captar el interés de los lectores, como por ejemplo la saga que narró la muerte de Superman en 1992 como se explica en el documental *“Superhéroes, una batalla interminable”*²⁸. Así los fanáticos se encontraron con la posibilidad de acceder a nuevas aventuras de sus héroes de la infancia²⁹ planteadas de un modo más serio y “adulto”³⁰.

Pero las políticas neoliberales de la época también tuvieron su “lado B”. Al tiempo que llegaban cómics de afuera, la industria de la historieta criolla terminó de perecer al menos en el mercado local. Editar se fue volviendo un negocio cada vez menos rentable, sumado a algunas incapacidades de sus directivos de poder competir con los nuevos estilos. Por un lado, gracias al cómic extranjero hay un cambio en los formatos de las revistas: el lector comenzó a acostumbrarse a comprar “comic-books”, revistas que trajeran aventuras de un solo personaje, a diferencia de las publicaciones argentinas (a excepción de las que aparecían en la contratapa de los diarios) que solían traer varios títulos. En el caso de Columba, se vio claramente el atraso de su material con respecto a las ediciones de historietas extranjeras; este sello nacional seguían presentando en sus publicaciones técnicas de coloreado ya primitivas y una calidad de impresión deficiente (los diálogos y los cuadros eran escritos con la vieja tipografía Times New Roman estilo “máquina de escribir”, como en las décadas pasadas) que no podían hacerle competencia a las ediciones de cómics que eran en papel ilustración y a

²⁸ Puede verse online en: https://www.youtube.com/watch?v=gp7TTf5s_08

²⁹ Argentina siempre se pudieron ver producciones de origen estadounidense relacionadas a los superhéroes como las ya mencionadas series de Batman, Mujer Maravilla, etc., además de conseguirse cómics de estos. Sin embargo, las ventas de estos últimos era muy inferior a la producción nacional, pues “el cómic nunca llegó a alcanzar los peores números de los ‘80” (De Luca: 2015). Por eso sospechamos que la popularidad de los personajes del cómic se ha debido más a su presencia en el cine y en la TV.

³⁰ Recordemos que los cómics tenían fuerte restricciones con respecto a la madurez de sus argumentos, una tendencia que comenzó a revertirse en la década del ‘80 bajo la mirada de grandes guionistas y dibujantes como Allan Moore y Frank Miller, entre otros.

todo color. Además el costo de editar era considerable, y el volumen de ventas había decaído irremediablemente y no repuntaba con la nueva estabilidad económica. En 1992 desaparece la revista “*Fierro*” y la “*Skorpio*” sigue ese camino en 1996. En 1994, como ya mencionamos, Editorial Columba deja de publicar material nuevo y se dedica a reediciones de sus grandes éxitos pero no consigue buenos resultados y terminará pereciendo definitivamente con la crisis del fin del siglo XX, cerrando meses antes del estallido del 2001. Los pocos dibujantes que aún se encontraban trabajando en Argentina (muchos habían inmigrado a España e Italia durante la dictadura) terminaron de marcharse en ocasiones físicamente y en otras trabajando para sellos editoriales de Estados Unidos y Europa, vendiendo su talento en mercados que los apreciaban mejor. Allí se entró en el período de “escasez” que mencionaba De Luca como posterior al de abundancia, donde se necesitaba cierta “iniciación” para leer historietas o cómics.

Pero la destrucción del mercado local de historietas nacionales fue contrarrestado por una segunda oleada de fanzines nacida al promediar la década. La ausencia de mercado dónde editar hizo que la autoedición se convirtiera no en un camino alternativo, sino en el único a seguir. La gente de esta “*primavera fanzinera*” comenzó a moverse muy activamente no solo en su producción y en su adquirida identidad de grupo, sino en la creación de espacios de encuentro tanto entre ellos como para un público más general. Existieron algunos intentos de hacer eventos de historieta en los años ´90 pero pasaron claramente inadvertidos aunque es de destacar: “(...) las expectativas de la generación por profesionalizarse en un mercado sumamente hostil, inducían estrategias de visibilización como la participación en convenciones masivas, la realización de eventos propios, y finalmente en 1998, la creación de la Asociación de Historietistas Independientes (AHI), una forma de autolegitimarse mediante la asimilación de fuerzas” (Huergo, 2014). La “*Comiqueando*”, en 1994 inicia su período ya de publicación profesional a través de la editorial también fundada por Accorsi, “Comiqueando Press”. La revista ofrecía información de alta calidad sobre el fandom de los cómics que en

estos momentos aún era muy escasa. Desde las páginas de esta revista se hizo mucho por llamar a la unidad de los lectores ahora devenidos en fans y de impulsar la creación de eventos sobre el tema. Además sirvió como contacto para que en la Argentina se conocieran las novedades de artistas y eventos de cómics en otros países. Así comenzó el sueño de la “ComicCon de San Diego argentina”. También hizo su aporte al apoyar de algún modo la producción nacional como reivindicación de su pasado fanzinerero, pero esta era una tarea difícil. Accorsi (Soifer, 2012: 111) reflexiona sobre estos años:

“Nosotros apoyábamos lo nacional, pero no se sostenía. Siempre venía lo importado y lo hacía mierda de alguna manera. Tratando de reflejar ese cambio de consumo por el cual los argentinos conocían los artistas cuando estos publicaban afuera. Todo ese cambio en el consumo de la gente, el redireccionamiento, auge de las comiquerías, invención de las primeras convenciones, todo eso fue acompañado por la Comiqueando (...) Tenía muchos auspiciantes, se vendía muy bien. Todo generado en la mentira del 1 a 1. Era muy barato viajar, era muy barato importar. Todo era una ridiculez, el cómic podía ser masivo, simplemente porque estaba la ficción de que todo era muy barato. Después se fue pinchando esa burbuja...”

Otro consumo importante que traería una gran cantidad de jóvenes fans fueron los videojuegos. En la primer parte de los años noventa se produjo la entrada al país de los videojuegos, industria que en la década pasada iba ganando espacio en los jóvenes del Hemisferio Norte y aquí fueron recibidas con gran interés. Las máquinas de fichines fueron el motivo de reunión para los primeros “gamers” en los locales de videojuegos. A su vez consolas de uso familiar como la *Atari*, prontamente reemplazada por la *Family Game* y luego por la *Sega* se volvieron por demás populares entre los niños y adolescentes. Desarrollar el crecimiento de esta industria en el país llevaría un análisis aparte, pero apuntaremos que los gamers comparten muchos intereses y prácticas con los lectores de cómics y mangas. Por un lado, muchas franquicias de series animadas y películas licencian sus derechos para la realización de videojuegos o al revés, sobre todo los nipones donde ya en esos momentos se pensaba en los términos de la “videoanimación japonesa”. Por el otro, pasarían a coincidir en espacios físicos como las convenciones. No obstante observamos que el fandom de los gamers se

formó con ciertas “ventajas” en comparación a otros: la entrada fuerte de videojuegos al país, que también fue posible por el cambio favorable del dólar fue acompañada por la accesibilidad a revistas importadas, generalmente españolas que tocaban el tema. Pero el fandom local reclamaba una revista “*made in Argentina*” y ese hueco lo ocupó la “*PC Juegos*” en 1992, que luego se transformaría en la “*PC Users*”. También afloraron las copias “piratas” de juegos en disquetes o en CD’s que se intercambiaban de mano en mano. Un programa de TV emblemático de la época fue “*Top Kids*”, que se emitía por las pantallas del canal de cable Magic Kids (Soifer, 2012: 160-162). Acá encontramos un interesante cruce con los otakus argentinos, pues es por este mismo canal que se emitirían muchos animés en el país.

A su vez el fandom de los juegos de rol³¹ (estilo *Dungeons & Dragons*, por citar un ejemplo conocido) se desarrolló ampliamente, aunque poseía menor “visibilidad” pues sus prácticas son menos llamativas. De modo similar lo hacen los jugadores de juegos de cartas de aventuras. *Magic* (un juego de fantasía medieval) y *Pokémon* (basado en el videojuego del mismo nombre) son los dos más emblemáticos. Roleros y jugadores de cartas también comparten gustos y experiencias similares con los fans del cómic y del animé, pues muchos comparten esta afición o simplemente compran sus cartas o libros en comiquerías o librerías. También muchos de ellos se dedican además de jugar al dibujo, lo que los cruza con los fanzineros. Estos harán su aporte también a la creación de eventos de estas prácticas, sobre todo en Rosario como veremos más adelante.

El mercado juguetero también se reactivó al poder importar los productos de las series que en el público hicieron furor al promediar la época. Los coleccionistas de figuras (model kits), maquetas y demás encontraron que podían adquirir productos que antes no se conseguían en jugueterías sea por su valor o por su escasez. En aquellos momentos

³¹ Los juegos de rol son juegos de aventuras en que una persona, que actúa de moderador del juego, va narrando una aventura donde cada jugador representa a un personaje con habilidades ya determinadas de antemano. Los jugadores van siguiendo la historia que el moderador presenta, decidiendo sus acciones a través de las tiradas de dados. Aunque originalmente se jugaba rol siguiendo las instrucciones de libros que se compraban, muchas veces se inventan de cero los universos ficticiales que les da sustento. Jugar rol requiere una gran creatividad de los participantes, ya que todo surge de la imaginación de estos.

no estaba tan clara la distinción de las figuras “de colección” de los juguetes que se comercializaban para el público infantil. Ni siquiera los mismos fans los distinguían en sus prácticas: tanto podrían adquirir en una juguetería una figura de colección original como algún producto de clara orientación infantil (como una careta) por el mero hecho de tener “algo de la serie”. Las copias chinas de muchos juguetes de las manos de los “Todo x 2 pesos” -locales que vendían productos de importación al valor de justamente dos pesos argentinos- arrasaban en ventas durante esos años. De hecho *Saint Seiya* entró a Argentina de la mano de la importadora Dekko que representaba a la firma japonesa Bandai (Vicente, 2003: 15). Esta empresa quería promocionar su línea de juguetes de las armaduras de los Caballeros (por eso la serie fue rebautizada como *Caballeros del zodiaco*, porque se comercializaban sólo las armaduras de los caballeros dorados que representaban los signos zodiacales). Así llegó a un trato con el canal público ATC en abril de 1995 para emitir la serie. Pronto quedaría en claro que el interés del público superaría por mucho al interés suscitado por el merchandising despertando un furor sin precedentes.

Como explicamos en la sección dedicada a la llegada del animé a Latinoamérica, la serie se convirtió en sensación rápidamente entre los niños y gran parte del público adolescente, que no estaba acostumbrado a ver un producto en versión animada de las características antes mencionadas. La calidad de la animación y el coloreado eran superiores a los de las series transmitidas en las décadas pasadas. Sospechamos que también influyó el hecho que al tratarse de que una serie muy larga de más de cien capítulos, se comercializaban sus derechos por bloques de capítulos pero la trama de carácter seriado quedaba detenida en un momento álgido de la trama. Los televidentes, acostumbrados a ver de lunes a viernes su serie favorita se encontraban de buenas a primeras que volvía la historia a comenzar desde el primer capítulo. Esto ocurrió con varias series pero *Caballeros del Zodiaco* es la más paradigmática, pues volvía atrás ocho capítulo antes del final de temporada y se repitió al menos tres veces antes de verse la nueva tanda de episodios. Esto

provocó que los jóvenes televidentes (que oscilaban entre los cinco y quince años) se preguntaran qué ocurría con la serie y comenzaron a organizarse, escribiendo cartas a los canales e intentando averiguar más a través de las primeras revistas de información. En aquel momento Editorial Vértice editaba las “revistas oficiales” de “*Caballeros del Zodíaco*”, “*Sailor Moon*” y “*Dragon Ball*”. Aunque la calidad de las imágenes era muy pobre y la información apuntaba a un público esencialmente infantil, fueron las primeras publicaciones que hablaron de animé. También tienen el mérito de haber contribuido a la formación del fandom local con la publicación de datos de personas que deseaban armar clubes de fans por correo en diversos lugares del país. El agrupamiento de los primeros fans “otakus” también se debió al intercambio no sólo de información sino de figuritas de los álbumes de las series, que habían abandonado su política de “garantía de álbum lleno” y por ende se volvía muy difícil completar las colecciones. Se organizaron clubes de canje de figuritas por correo postal entre diversas provincias y con los países limítrofes, entre los que se iban formando lazos de amistad e intercambio de conocimientos.

El vacío de información “seria” sobre animé lo cubriría finalmente la revista argentina “*Lazer*” de Editorial Ivrea que sacó su número #1 en 1997. La revista, de precio económico (\$3 de tapa) y pequeño formato (13,5 x 20,5 cms.) causó verdadera conmoción en la escena local. Por un lado ofrecía información precisa y puntillosa de los animés en pantalla o pronto a estrenarse acompañado de un gran caudal de ilustraciones tomadas de artbooks y CDs japoneses. Por el otro presentaba un tratamiento de los temas sumamente descontracturado, recurriendo a chistes, palabras soeces, intertextualidad entre las diversas notas que se iban publicando (por lo cual para entenderlas plenamente era necesario leer todas las revistas completas). Todo esto matizado por reflexiones de su editor en jefe, Leandro Oberto, que en el correo de la revista y en su editorial se daba a la tarea de responder al público, contar anécdotas personales y opinar sobre la actualidad política y económica del país. Germán Martínez Alonso en su artículo “*La revista Lazer y la masificación*”

del animé en Argentina” (2012) entiende que los primeros años de la revista en el mercado eran una suerte de cruce entre la revista profesional y el fanzine, y menciona algunas de las características que nosotros también señalamos. Una de estas es el posicionamiento de Oberto en el papel de un fan y no en el perfil de “crítico especializado” como lo hacía Accorsi en la *Comiqueando*. En la editorial del #1 de “*Lazer*” (1997), su editor se describe como parte de los fans en general:

“¿Quiénes somos nosotros? Bueno, somos de esos que graban Sailor Moon a la 1.30 de la mañana, que se ponen a visitar negocios de cómics en Venecia, París o Bariloche³²; pero que pese a todo no se obsesiona con todo esto y disfruta también de salir a boludear en Mountain Bike , ir a bailar, viajar, salir, etc. Lo normal, ¿no? Sí, pero muy raro entre gente que escribe revistas sobre esto”.

Esta forma de ver el fandom dejó gran marca en el imaginario y las prácticas del otaku argentino.

El correo de la revista nos habla también de una aproximación a la identidad y las prácticas de los fans. Citamos algunos de sus líneas:

“Yo no le doy mucha bola a esos cómics americanos. Eso sí, nadie pueda pararme ante el manga. Me en-can-ta” (Lazer #2, 1997: 26); “Con mis 18 años me especializo en el manga y el animé, y podría decirse que soy un “otaku junior” (...) desde chico siempre me gustó la animación japonesa y a raíz de eso comencé con los cómics” (Lazer #2, 1997: 27). “Vale y yo coleccionamos todo lo que sale de Sailor Moon, como por ejemplo: las revistas, tenemos una carpeta de dibujos que hacemos diariamente y eso nos fascina. Tenemos grabados los capítulos del ciclo ‘Sailor Moon’, hasta nos hemos realizados trajes y actuado en el cole para el día del niño, los chicos quedaron re-contentos con el sketch. Como podrán ver somos más que fanáticas” (Lazer #2, 1997: 31).

Acá vemos un antecedente informal al cosplay, incluso sin existir un espacio de fans para este. Los lectores de “*Lazer*” narraban sus prácticas de fanáticos: grabar todos los capítulos de los animé, hacer dibujos, escribir fanfiction, etc. Por lo general realizaban estas actividades entre un grupo de reducidos de pares que tenían a su alcance (hermanos, amigos del barrio) y a través de la revista pudieron descubrir que “no estaban solos”, como decían los fans de la Ciencia Ficción argentina. No es arriesgado decir que el fandom otaku y su actividad de aquellos años se formó en gran parte sobre los conceptos vertidos en la revista, que

³² La mención a estos lugares específicos tiene que ver con que la familia de Oberto vivía una parte en Bariloche y la otra en Italia.

hacía permanente alusión a la idea de disfrutar el animé, de reclamar a los canales de televisión (sobre todo a los de la TV por cable que por esos años ganó gran espacio sobre todo en el interior del país) que trajeran nuevas series y reclamarles cuando se ejercía censura sobre estas. Pero al mismo tiempo apelaba a la idea de no convertirse en un otaku al modelo japonés, sino de tener una vida amplia.

Igual es justo decir que el animé convivió en la infancia de muchos otakus con series estadounidenses como las que antes mencionamos. Estas quedaron grabadas a fuego en el público que actualmente ronda los treinta años y le dio su marca particular a la escena friki y cosplayer local: personajes modernos y de anime conviven con *Jems*, *Alfs*, *Cazafantasmas* y muchos otros más que son en ocasiones mucho más aplaudidos por el público que otros que los superan en complejidad técnica y visual.

Editorial Ivrea fue también responsable de editar los primeros mangas licenciados para el mercado argentino, actividad con la que continúa al día de hoy. Para muchos fans argentinos, estas ediciones fueron su primer acercamiento a la historieta japonesa y, en algunos casos les permitió acercarse a otro tipo de material, sean historietas nacionales, cómics estadounidenses e incluso obras de origen europeo. Tiempo después, el *manhwa* (historieta coreana) también haría su desembarco en las comiquerías argentinas de la mano de Ivrea, con títulos como “*Forest of the grey city*”, “*Baljak*”, entre otros.

Otra responsable en la creación y lógica de un importen club de fans argentinos y por ende de los primeros eventos, fue la serie estadounidense *X-Files* (*Expedientes Secretos X*, o cómo se la presentó en Argentina, *Código-X*). La ahora serie de culto creada por Chris Carter y protagonizada por David Duchovny y Gillan Anderson narra las aventuras de dos agentes del FBI abocados a la investigación de fenómenos paranormales de diversa índole. Esta serie presentaba características un tanto diferentes a otras predecesoras del género y de la industria estadounidense en general: aunque muchos capítulos eran

como se dice en el fandom, “autoconclusivos”, es decir que resolvían los misterios presentados dentro de ese mismo episodio muchas veces en verdad dejaban más dudas que respuestas. La trama en sí misma ofrecía misterios de corta duración que a su vez formaban uno mucho mayor, como si de las piezas de un rompecabezas se tratase. Incluso a veces era necesario verlos más de una vez para comprenderlos más profundamente. Esta necesidad de compartir información, teorías, opiniones, dudas, etc. permitió que se creara uno de los primeros clubes de fans al estilo “americano” en el país, la SAEC (Sociedad Argentina de Expedientes X) que tuvo actividad tanto presencial como por correo postal e incluso publicaba su propio fanzine. El camino iniciado por X-files fue acompañado en menor medida por otras series de culto de la década del '90 como lo fueron *Xena: la princesa guerrera* y *Buffy, la cazavampiros*.

4.2 Etapas del cosplay en la Argentina

4.2.1 Los inicios: dedicado a los pioneros.

Como hemos visto hasta ahora, había suficiente gente agrupándose como fandom y mucho interés sobre el asunto, ahora todos debían confluír en el escenario de los eventos. Según Eduardo Di Costa (Degrandi, 2010: 30), 1996 es la fecha de inicio de las convenciones comiqueras en Argentina con la primer edición en Buenos Aires de Fantabaires, en aquel entonces un pequeño evento organizado por la comiquería Club del Cómic, la Editorial Comiqueando Press y algunos clubes de fans. Sin embargo, aunque el evento tenía como objetivo reunir a los fanáticos del cómic, también se le sumaron los de la ciencia ficción, el cine clase B y la historieta local. Según Soifer (2012, 197), el primer encuentro en la Nationale Italiana, convocó a once mil personas superando ampliamente la cifra esperada por los organizadores. Es por esto que años posteriores se fue mudando a predios más grandes como el de la Sociedad Rural. El evento supo hacer confluír intereses diversos, trayendo a invitados de renombre del cómic mundial y algunos de lo que ahora consideramos “retro” (Adam West, el Batman de la serie de los años sesenta, visitó nuestro país como invitado de una de las

Fantabaires). Además se sumó toda la gente joven que trajo el éxito del animé y sus prácticas particulares.

Todos estos fandoms reclamaron espacio por la actividad más llamativa de los eventos alrededor del mundo: el cosplay. A través de los diversos números de la revista “Lazer” vemos como la actividad crece en muy pocos años. En el #13 en la Fantabaires del año 1999 retrata a una cantidad modesta de “disfrazados” (el término cosplayer no se usaría en nuestro país hasta varios años después). Ezequiel Blanco recuerda su propia experiencia en el evento:

“En esa época del país (1 a 1) no eran los mismos eventos que ahora (...) Y había dos o tres que se animaban a hacerlo y a mí me llamaba mucho la atención. Porque era como ver el personaje que vos mirabas en la televisión en persona. Obviamente te das cuenta de que son personas que se disfrazan pero bueno (...) Me acuerdo de uno que estaba de Rina Inverse de Slayers con Naga, que estaba de moda (...) me llamó mucho la atención porque te tenías que animar a hacer eso (...) esta chica Naga (...) está casi desnuda, tiene... o sea es como si estuviese en bikini más o menos. Y en esa época por ahí en el ámbito de un evento uno no se esperaba ver esas cosas y me llamó mucho la atención que alguien se anime a hacerlo. Y por lo que recuerdo, ahora tal vez lo veo y es un desastre pero yo me acuerdo que estaba ex-celente, era el personaje en vivo. Todo el mundo pedía fotos, pero no son las fotos que sacan ahora”.

Para el año siguiente (se hacía un solo evento por año), la cantidad de cosplayers ya había aumentado pero una muchacha en particular atrajo aún más la atención del fandom local, no demasiado habituado a la presencia masiva de mujeres. Se trataba de María Dolores Merlo, una joven de 17 años que irrumpió vestida como Rei Ayanami del animé *Evangelion* convirtiéndose en la primer “diva” del cosplay local. Si bien parte de su popularidad radicaba en que representó a un personaje por demás icónico del animé, ella en sí misma despertó enorme atención. Cuenta su experiencia en una entrevista realizada por la revista Lazer (Lazer # 20, 48-49):

“En el '99 al principio cuando salí de cambiarme en el baño con unas amigas estaba todo el mundo con las cámaras esperando. Se había corrido la bola de que iba a haber una Rei... fue muy raro. Dabas un paso y te seguían ocho mil personas, te parabas, y también se paraban. Te pedían fotos, autógrafos...”.

Su éxito en ese año y al siguiente -cuando repitió el cosplay (práctica común en aquel entonces ya que había un solo evento por año y se traba de usar el traje al menos dos veces)- fue muy importante. En el correo de “Lazer” los lectores no dejaban de preguntarse quién era la chica, cómo podían localizarla, etc. Siguiendo con su relato, Dolores cuenta:



“Durante el año en las comiquerías y hasta en la calle me suelen parar porque me reconocen. Hasta vinieron a mi colegio...”.

Como podemos ver en los dos casos analizados, el interés del público pasa por dos aspectos: el ver la caracterización de un personaje y el conocer personalmente a quien lleva a cabo la caracterización.

Otro lugar de reunión importante de los otakus eran los ciclos de animé. Consistía en el alquiler de alguna sala o cine de barrio para hacer proyecciones de animé que aún no se veían en el país. De este modo empezó Ana Bertola. Ella destaca que no se entendía al cosplay como hoy en día. Al respecto recuerda:

“Los cosplays eran mucho más sencillos. Entonces por ahí al no tener que gastar en pelucas como que había por ahí mucha gente que estaba disfrazada pero no era el mismo nivel, o sea buscaban o algo parecido (...) después cuando se hicieron varios eventos por ahí repetías el mismo. Todo el mundo te conocía “ah vos sos tal personaje” o ‘vos sos el que hace de tal personaje’. Ya cuando hice el tercero era un uniforme de colegio, busque una pollera que tenía del colegio con un sweater que ya tenía y le modifiqué algunas cosas como para que quedara como el personaje (...) era Yui de Corrector Yui”.

La coincidencia sobre adaptar ropa “de calle” la encontramos en el testimonio de Ezequiel:

“Se los cosía un padre o un familiar o tal vez un amigo o tal vez era ropa común que modificaba, una camisa que cortaba el cuello para hacer tal personaje y bueno, iba. Y ahí empezaron los primeros concursos de cosplay (...) yo siempre me enganchaba viéndolos. No son lo que eran ahora, antes eran como más, medio de una forma chistosa, mucha gente lo tomaba también para la burla, ¿viste? Y no estaba tan bueno ir al concurso”.

Los concursos de cosplay de Fantabaires se volvieron enormemente populares, a tal punto que hay gente que sólo iba al evento para encontrarse con los cosplayers opacando incluso a los invitados internacionales. Lazer se pone a la cabeza en la organización del “concurso de disfraces”, ya que aún no se usaba el término cosplay entre los argentinos. El concurso consistía en apenas una pasada por un escenario donde las personas desfilaban unos pocos segundos mientras un jurado formado por los principales auspiciantes del evento los observaba y decidía quién era el ganador. Pero las categorías no seguían el modelo estadounidense o japonés sino tenían una fuerte impronta local. Los nombres de estas: “*más sexy masculino*”, “*más sexy femenino*”, “*lo atamo con alambre*” (premio al peor confeccionado), etc. dan cuenta de ello.

Allí se empezó a notar la gran variedad de personajes posibles para interpretar. Revisando fotografías de álbumes familiares tomadas en estos eventos se puede constatar la predominancia



de personajes de animé, pero también algunos de cómics (muy recordada es la presencia de un Batman que participó junto a sus dos hijos pequeños también personificados como otras versiones del Caballero de la Noche), incluso toda una línea “bizarra” de cosplays de los BackStreetBoys e incluso un participante caracterizado como Leandro Oberto (editor de “Lazer”). Si bien los concursantes eran principalmente gente joven también había varios niños y algunas personas de hasta cincuenta años. En la edición del Fantabaires 2000 (Lazer #20, 2000: 34) se calcula que hubo 180 personas anotadas como participantes y tres mil espectadores del concurso. Esta cifra aumentó a más de 250 participantes en 2001 en “Expocomics y anime” (evento que tomó el lugar de Fantabaires cuando este por diferencias entre los organizadores no se

realizó ese año), y se armó una enorme carpa sobre la que se instaló el escenario y los espectadores del concurso, imposible de calcular en cifras. Revisando un video casero, nos parece relevante destacar el comportamiento de los espectadores de dicho “desfile”. El público, en su mayoría masculino, alentaba o desaprobaba a los cosplayers, alzando sus brazos cuando un participante les gustaba o moviendo el dedo índice en señal de negación. La euforia de la gente era descomunal a la hora de aplaudir y también de expresar su opinión, con frases dirigidas a los cosplayers que quedaron en el imaginario popular como la expresión “muchacha ropa”, empleada cuando aparecía alguna muchacha agraciada o en sentido de broma cuando desfilaba un hombre con poco vestuario. Bertola reflexiona sobre estas burlas:

“El público no estaba preparado en ese momento para ver lo que era el cosplay (...) porque no era algo que se usara. O sea era algo que por ahí recién estaba empezando en ese entonces no tenía una la visión de mirarlo como algo artístico”.

Si bien existían los premios para los ganadores, estos consistían en mercadería -a veces de muy poco valor- o a lo sumo, una orden de compra. No obstante, los cosplayers los recibían con gran emoción.

Paralelamente a lo que ocurría en Buenos Aires, Rosario también comenzaba a sentir la inquietud de tener espacios para desarrollar la actividad de los fanzines y clubes de fans, por lo cual se comenzó a planear un evento que reuniera a los interesados. El primer espacio fue impulsado por la agrupación estudiantil Santiago Pampillón en la Escuela de Comunicación Social de la UNR. Es así que en 1998 se da en el SUM (Salón de Usos Múltiples) la primera feria de fanzines y juegos de rol de la ciudad. Cuenta al respecto Cesar Libardi³³ -uno de los primeros expositores de la época y miembro de la ya desaparecida AHI Rosario- que la idea inicial era agruparse con gente que le interesara dibujar, escribir historietas y publicarlas de algún modo. Para ese entonces la actividad de los fanzines era muy dificultosa, existían pocos o nulos recursos para editar y una tirada de 50 ejemplares se consideraba

³³ Se puede escuchar su relato completo en: <https://www.youtube.com/watch?v=tvHA7PPB7uA>

grande. Además los medios técnicos con los que se contaban eran muy primarios, apenas fotocopias y encuadernados caseros, o incluso distribuidos en disquetes de 3 ¼. De las experiencias intercambiadas en ese encuentro, más las de las “*Jornadas de Rol*” que se venían llevando a cabo en el local de la comiquerías rosarina Milenario Cómics, surge la idea de hacer más grande el proyecto de un evento dedicado a estas temáticas en la ciudad.

Es así que al año siguiente, tuvo lugar el primer evento rosarino dedicado a “Historietas, Juegos de Rol y Ciencia Ficción”, es decir “*Leyendas*” durante tres días de junio en los galpones del Centro de Expresiones Contemporáneas (CEC), que prestó el lugar. El evento reunió tanto a dibujantes amateurs como profesionales no sólo de Rosario, sino de Córdoba, Buenos Aires, San Luis y Capital Federal (Website de Leyendas, 2009), y el público asistente se calculó en 1200 personas (Libardi, 2008). En la segunda edición del año 2000 la convocatoria fue más numerosa: se sumaron delegaciones de la SAEX y del Grupo Nippur que tuvieron su representación en los stands. Y fue el año en que aparecieron los cosplayers, tratando de emular la práctica que se venía realizando en Buenos Aires. Se empezó a correr el rumor en las comiquerías rosarinas y entre los estudiantes de idioma japonés (de los cuales muchos se volcaron al estudio de este idioma para poder comprender los mangas en su idioma original) de que se organizaría un concurso de disfraces, impulsado por los miembros de la también recientemente creada *A.D.A.M (Asociación en Defensa del Animé y el Manga)*³⁴. El boca a boca puesto en marcha dio resultado pues ese año aparecieron los primeros “disfrazados”. Un grupo reducido de personas aparecen caracterizados de personajes de animé como *Sailor Moon*, *Ranma 1/2* y *Lupin III* (series de moda en ese momento), pero también de personajes como el Zorro Re (un furry interpretado por su mismo

³⁴ A.D.A.M Argentina comenzó su actividad en 1998, por el deseo de algunos jóvenes rosarinos de formar un grupo al estilo “En el nombre de la luna” (un club de fans de animé porteño que sobrevivió a nuestros días). Sin poder llegar a un acuerdo con este, se formó con apenas pocos integrantes con el nombre “Shin Animé Getta” hasta que finalmente se realizaron las tratativas para tener la autorización del A.D.A.M de España para convertirse en una filial. Las reuniones quincenales del grupo (que llegó a nuclear más de 200 personas) se daban primero en el patio de comidas del ex Tigre del Shopping del Siglo y luego en la comiquería Mecha Store. El nombre de la agrupación refleja el espíritu de la época. Se trataba de “defender” al animé de la censura y las críticas negativas a este acerca de sus contenidos violentos y/o sexuales que no lo hacían “aptos para niños”. El grupo cesó sus actividades alrededor del 2003. (Limonchi, 2001: 2)

dibujante), Luke y Darth Vader de *Stars Wars*, etc., lo que demuestra una vez más la diversidad de fandoms, que confluían en el evento, al igual que lo que pasaba en Buenos Aires, pero sin tanta cantidad de personas. Este primer momento del cosplay rosarino iniciaría lo que fue la tradición que se seguiría en Leyendas los años subsiguientes: la pluralidad del origen de personajes a interpretar (más marcada que en sus contrapartes porteñas). Para la tercera edición del mayo del 2001, el concurso ya había captado la atención de más gente y se organizó un jurado compuesto por editores y dibujantes para el concurso, también con modalidad desfile. Ese año la gente de la revista “*Lazer*” fue invitada a participar como jurado y trajo al evento rosarino las categorías de evaluación ya probadas en Buenos Aires a la ciudad.



Otro hecho destacado dentro del mundo del cosplay fue para esa misma edición de *Leyendas* la aparición del grupo artístico *Kenshin no Densetsu* (KND). Compuesto inicialmente por cuatro integrantes, tres mujeres y un

varón, el grupo presenta una propuesta totalmente innovadora y de la que no se conocían antecedentes en el país. KND interpretaba cantando en vivo pistas de karaoke de los openings y endings en japonés de animés del momento, con coreografías y personificados de los personajes de las series a las que pertenecían. Esta experiencia de combinar en un mismo show actuación, vocalización y disfraces convirtió en un verdadero suceso al grupo, que llegó a presentarse en Buenos Aires. Los shows duraban entre 45 minutos y una hora de continuo y se representaban tres o cuatro series en cada presentación sin intervalos (excepto por un brevísimo tiempo de cambio de vestuario). KND actuó varios años en Leyendas convirtiéndose en una de sus atracciones principales, y aunque su formación se fue ampliando y cambiando con el tiempo, nunca dejó de lado su interés en difundir la cultura del animé de un modo divertido y

artístico. Ninguno de los integrantes tenía formación actoral o musical y en sus vidas diarias se dedicaban a estudiar o trabajar en áreas totalmente ajenas a lo artístico o al fandom. Tampoco poseían conocimientos de corte y confección, y toda la escenografía era armada por el grupo, como también los trajes que eran confeccionados por los familiares de los artistas. Esto presentaba una gran dificultad, ya que cada espectáculo llevaba muchos meses de preparación. Además tal y como le ocurría al resto de los cosplayers, la posibilidad del acceso a las imágenes de los personajes era muy escasa: todo se tomaba de videos de animé grabados de forma casera o de algunas pocas imágenes que se podían imprimir a través de Internet o conseguir de alguna revista especializada de animé, y que permitían vagamente darse una idea de la apariencia de los personajes. Esto ocurría en un contexto de pre-masificación de la Internet en el país y de la crisis económica. Todos los trajes así como los efectos especiales (luces, pantallas, etc.), eran costeados con el esfuerzo de los propios integrantes ya que trabajaban completamente ad-honorem. En los escenarios de Leyendas 2002, *Kenshin no densetsu* compartió espacio con otros grupos: *Do´Ahou no himitsu* y *Two Lights* (artistas dedicados solamente al canto y la caracterización), pero que se disolvieron ese mismo año. Finalmente KND tomó un rumbo dedicado más a la difusión del J-Pop y el K-Pop, y se alejó de sus raíces del animé. Finalmente se disolvió definitivamente en 2010, pero fueron el puntapié para que muchos grupos de baile y bandas de temas de animé como *Kiichigo Idol Dancers*, *San Hoshi Hino*, *Sephirou* y muchos más pudieran surgir, aunque estos grupos abandonaron definitivamente la caracterización de los personajes.

Leyendas se mantiene a lo largo de diez ediciones ininterrumpidas. Además del éxito del evento, por el hecho de reunir a la gente de la historieta, los fanzines y los juegos de rol, el cosplay sigue siendo presentado generalmente los días sábados (el evento duraba de viernes a domingo) y es uno de los momentos más esperado por el público en general. Alrededor de sesenta personas se presentan en cada edición en la modalidad de desfile con un jurado que opta por premiar tercer,

segundo y primer puesto y en el que se otorga algún tipo de premio en especie, que con el paso del tiempo aumenta su valor, llegándose incluso a entregar una consola de videojuegos o una espada de metal. En su escenario se mezclan personajes de animé, de cómic estadounidense, de películas de culto y de moda como Neo de *Matrix* o *Highlander*, pero también de la historieta nacional como *El Eternauta* y la TV popular, como el *Manosanta* de Olmedo. El santiagueño Diego Paris se convierte en el conductor oficial del concurso, y con sus preguntas hilarantes al estilo programa de búsqueda de talentos era capaz de desestabilizar o hacer que salgan airoso a los amantes del cosplay, dada la inexistencia de categorías de performance obligatoria. La última edición de Leyendas es en el año 2008, para desaparecer luego de esta por decisión de sus organizadores.

4.2.2 La era de oro del Cosplay

En la segunda etapa, que consideramos de “evolución y expansión” del cosplay en el país podemos encontrar algunos cambios decisivos en la práctica del mismo respecto de los primeros años. No podemos precisar un punto exacto de corte entre ambas etapas, pero podemos situar el traspaso de una a otra aproximadamente entre el año 2005 y 2006. En estos años, hubo un salto semiótico al reconocerse al término cosplay ya como lo entendemos hoy por hoy. Eze Lía, que debuta como cosplayer en este período, recuerda:

“Ibas y decía ‘Concurso de cosplay’ y era como raro, porque antes era concurso de disfraces. Y bueno, todo el mundo ya sabía que era cosplay y el cosplayer, la persona que hace cosplay era como muy llamativa”.

Desde nuestro punto de vista, entendemos que los cambios en la práctica del cosplay fueron directa o indirectamente influidos por los cambios en las organizaciones de los eventos, el escenario necesario para que esta actividad se desarrolle. Estos cambios tienen que ver con la necesidad de adecuarse a las nuevas circunstancias que el país atravesaba tanto en lo social como en lo económico. De esos años encontramos que la idea del “mega-evento del año” entra en crisis para

dividirse finalmente en muchos otros de mayor o menor tamaño según el caso. No es que dejara de existir completamente la idea del evento integrador de los gustos del fandom argentino, pero lo que sí se perdió fue el monopolio que estos ostentaban en años anteriores. La oferta se amplió considerablemente y además se especializó según los gustos de cada fanático siendo muy destacada la orientación hacia los otakus. Leyendas fue un caso particular porque como dijimos en el apartado anterior logró mantener su popularidad y masividad pese al cambio de escenario socioeconómico del país e incluso del fandom, pero aún este evento perdió su hegemonía en Rosario como veremos más adelante. Las causas de estos cambios son múltiples por lo cual las hemos clasificado en diversos apartados, los cuales no están ordenados en relación de jerarquía ya que unos influyen sobre otros de modo recíproco.

4.2.2.1 Cambios que influyeron en los fans y en la concepción de los eventos.

a) Devaluación del peso: una moneda de dos caras

En los primeros años posteriores a la crisis del 2001, se había vuelto inviable la idea de ampliar el catálogo de eventos de gran envergadura como fueron *Fantabaires* y *ExpoComics y Anime*. Incluso un solo evento anual se había transformado en una idea riesgosa en términos monetarios. La salida de la Convertibilidad había disparado los costos de organización hasta las nubes, entonces se comenzó a pensar de a poco en la idea de hacer eventos más pequeños pero más rentables en cuanto a su relación costo-ganancia. Leyendas logró mantener su popularidad y masividad pese al cambio de escenario socioeconómico del país -e incluso del fandom- sin interrumpir sus ediciones anuales. Pero en el periodo comprendido entre el 2002 y el 2005 si bien se armaron eventos con la idea de lo que anteriormente fue *Fantabaires*, los resultados en cuanto a rédito económico fueron menores. El interés de los fanáticos seguía latente, incluso aumentaba. Pero consumir en un sentido cultural y consumir en un sentido monetario no es siempre lo mismo y esto quedó completamente demostrado durante estos años. Así

como en la etapa anterior la falta de un mercado que se dedicara a proveer al fan de información sobre sus historias favoritas y la escasez de algunos productos en el mercado lo habían impulsado a agruparse y organizarse, la misma lógica se aplicó en estos años pero corriéndose de los objetivos iniciales.

Los principales afectados por los cambios económicos argentinos fueron los otakus. El resto de los fandoms no sufrió tanto porque sus consumos culturales no dependían tanto de la televisión como ellos. La devaluación tuvo un fuerte impacto en los canales de cable nacionales que se habían convertido en pioneros en la transmisión de animé. El emblemático *Magic Kids*, al igual que *Cablín* y *The Big Channel* ya no pudieron pagar los contratos con los distribuidores de derechos de las series, que eran pactados en dólares. *Magic Kids* trató de convertirse en un canal panregional y poder competir con los nuevos segmentos dedicados al animé de las señales latinoamericanas de *Cartoon Network* y *Fox Kids*, pero al no renovar su programación hizo que la señal se estancara y finalmente pereciera en 2006. Pero los otakus no quedaron huérfanos del contenido de nuevas series. Los ya mencionados canales infantiles, finalmente habían descubierto el negocio que significaba transmitir animé a toda la región y le daban cada vez más espacio en sus grillas, incluso *Cartoon Network* desarrolló un espacio nocturno llamado “Adult Swing”, para pasar anime más adulto y sin censura. También en el 2006 se produce lo que fue un sueño anhelado por los otakus latinos durante toda una década: *Locomotion* es vendido a la cadena dueña de Sony que funda sobre este la versión latinoamericana del canal asiático *Animax*; el cual se dedica a pasar exclusivamente animé de todo tipo las 24 horas. De ese modo llega una suerte de “tercera oleada” que hace las delicias de los fanáticos ya existentes y a su vez va formando toda una generación que crece no solo viendo animé sino siendo consciente de todo el fenómeno que existe detrás de él. Las ediciones nacionales de manga, principalmente las de Ivrea (editora de “*Lazer*”) tuvieron que detener sus publicaciones durante algunos años pero finalmente se pudieron renegociar los contratos y continuar. En cuanto a los cómics

estadounidenses, y siguieron salvaguardados en las comiquerías y librerías. Su falta de masividad, en este sentido, los protegió al igual que a sus fans. Pero los precios de muchos libros y revistas (que anteriormente tenían la paridad cambiaria) se volvieron mucho más elevados en pesos y por ende se situaron más lejos de los consumidores. Otros fandoms, como los de los juegos de rol, los fanzines independientes, incluso la Ciencia Ficción, acostumbrados históricamente a trabajar con poco o nulo dinero, pudieron transitar la etapa sin mayores sobresaltos.

Para el 2005 algunas cosas habían cambiado en el país. Después de cuatro años de recesión post-corrallito, las políticas económicas del gobierno del presidente Néstor Kirchner (que asume la presidencia en mayo del 2003) y su Ministro de Economía Roberto Lavagna habían logrado el tan deseado efecto estabilizador de la economía. El mercado interno comenzó a volver a ponerse en marcha y para la fecha citada se tenía una idea mucho más clara de lo que se podía esperar de la economía nacional en general y del “mercado friki” en particular. Este se amplió de un modo imposible de prever años atrás. La falta de acceso a merchandising original, generó en muchos fans la idea de que si no podían conseguir productos porque estos no podían ser importados por los altos costos o pese a poder conseguirlos no podían ser comprados por el mismo motivo, podían llevarse a cabo de “microemprendimientos”, para reemplazarlos con “producción nacional”.



Así como ocurrió con aquellos fans que sorprendieron a Nobuyuki Takahashi con sus remeras pintadas a mano, la idea de “hágalo usted mismo” impregnó la sensibilidad de los argentinos. Toda una serie de productos (mucho más económicos que el merchandising oficial) inundaron los stands de los eventos como posters, cartucheras y cuadernos; tazas *mugs*, wordpad, almohadones, y un sinfín de posibilidades. También surgieron tiendas dedicadas a los accesorios que luego se volvieron comunes al ambiente otaku: bijouterie y accesorios

para el cabello como las “orejas de gato” de peluche y los cascabeles. Pero de todos los elementos que se pueden encontrar en un evento hay uno que se convirtió en el distintivo de toda asistente: el pin. Estos son unos prendedores de chapa de entre 5 a 20 cm de diámetro que pueden traer infinidad de motivos (relacionados con algún animé, cómic, videojuego e incluso memes) y son de muy bajo costo. No hay fan que no posea al menos un par de ellos. No sabemos si este fenómeno se reprodujo en otros países, pero Perillán Torres (2007) los cita como una suerte de emblema otaku. Ahora bien, dentro de todo lo que se puede encontrar en este nuevo mercado hay algunos productos que para el cosplayer son de suma importancia: nos referimos ante todo a las pelucas y los lentes de contacto, pero también así a otros componentes de los trajes mismos. El uso de los dos primeros accesorios era completamente desconocido en la etapa anterior. Había buena calidad de reproducción de las vestimentas pero cabello y color de ojos seguían siendo obligadamente los naturales. Todo un problema sobre todo con los personajes de animé, que tienen colores de cabello y peinados sumamente llamativos. Con respecto al cabello en primer lugar empezó la

idea de “trabajar”, es decir de arreglar una peluca de cotillón peinándolas, tiñéndolas, sacándoles brillo, etc. Ana Bertola recuerda que lo habitual en aquel tiempo era comprar dos pelucas y agregarle pelo de una a otra. Pero los procesos de trabajo sobre estas a veces duraban semanas y a la larga era demasiado cansador. A su vez muchas veces no era posible lograr el efecto buscado, pues el cotillón no tiene la ductilidad (ni la duración) de una peluca real.



Como hemos visto antes, lentes y pelucas son productos comunes en el mercado japonés, por lo cual comenzaron a haber personas que se dedicaron a comercializarlos en nuestro país, generalmente a pedido aunque en ocasiones poseían stock de los productos de mayor salida. Con la masificación de la Internet y las redes sociales en el país (ver apartado siguiente) era muy sencillo lograr esto: bastaba con contactarse con alguna de las tiendas y pagando el producto, el envío te llegaba a tu casa³⁵. No obstante lo más usual no es hacer esto, sino comprarlo en un revendedor local que hacía publicidad entre la gente que asistía a los eventos.

Con respecto a los trajes en sí mismos, a diferencia de lo que ocurre en Japón, no es bien visto comprarlos a una tienda extranjera. Además muchas veces la calidad de lo ofrecido no es precisamente lo esperado por el cosplayer que tiene su propia visión de cómo debe hacerse. Así le pasó a Eze Lia con su primer cosplay:

“Me lo había comprado (...) un día en un evento, compré una capa de Akatsuki de Naruto, pero... no me gustaba a mi como estaba hecha la capa, estaba hecha bien pero más o menos (...) Y agarré y la desarmé, y sin saber nada de costura le empecé a modificar cosas a mano porque no tenía máquina y bueno, la modifique un poco. Me hice un arma (...) me acuerdo que tenía una guadaña. Me hice un arma con cosas que uno tiene en casa, unos palos, un cartón. Siempre me gustó en realidad lo que eran artesanías, entonces bueno, me las rebusqué con las cosas que sabía.”

Pero no todos los que deseaban experimentar la sensación de vestir un cosplay necesariamente saben corte y confección o “se dan maña” para crear los accesorios. En la etapa anterior, era común recurrir a algún pariente o a una modista. Pero algunos vestuarios exceden la capacidad técnica de simplemente saber coser. Es por eso que surgió la idea de que algunos cosmakers ofrezcan sus conocimientos y tiempo para realizar trajes personalizados a quienes no saben cómo hacerlo o no quieren hacerlo. Ana hace trajes para otras personas y recuerda sus inicios en su trabajo:

³⁵ Las nuevas restricciones a las compras en dólares del 2014 provocaron un gran perjuicio en estos importadores informales, haciendo desaparecer esta práctica. A esta solo le sobrevivieron aquellos que pudieron registrarse como importadores, elevando mucho los precios de estos productos.

“Lo que está bueno de que alguien que sepa de moldería y alguien que sepa de confección pueda hacer un cosplay, si esa persona ya es cosplayer ya sabe lo que este busca en cuanto a parecido en cuanto a que sabes cuánto tiempo lo va a tener que tener puesto el cosplay que cosas tendrían que estar más adaptadas para que pueda estar cómodo o para que sirva para una sesión de fotos u otra cosa entonces por ahí el nivel de terminación en algunos detalles o incluso en la elección de telas es una visión diferente. Yo siempre trato de definir con la persona (...) como para qué esté después más parecido a su visión que a la mía. Porque a lo mejor el personaje yo lo pienso de una manera y la persona lo piensa de otra. En un principio era complicado que la gente quiera invertir, como que ‘esto te sale tanto’ y pensaba: pero lo voy a usar sólo una vez si me voy a comprar un pantalón no me sale eso (...) como que el público que iba a consumir los cosplays se fue acostumbrando”.

El caso es que a los grandes inversores tradicionales, que eran las comiquerías y las editoriales, se sumó toda esta gente capaz de aportar dinero para la realización de un evento con la compra de un stand. Pero los precios de estos suelen ser muy elevados para poder pagar los grandes predios, por lo cual era necesario comenzar a pensar en alternativas más económicas.

b) Masificación de la Internet de Banda Ancha de uso doméstico

Si bien este no es un cambio en sí mismo en cuanto a los eventos, la presencia de la Internet modificó la tradicional forma de comunicarse de los fans. Un cambio paradigmático que ocurrió en el país también durante esos años fue que a pesar de la crisis, se produjo la masificación de la Internet en el ámbito del hogar, con el pase de la señal de 64k a la banda ancha. En apenas unos años la Internet se instaló como un servicio más en las casas como la luz, el teléfono, etc. Eso permitió el acceso de miles de fans a poder acceder a versiones en torrent o en descarga directa de series estadounidenses, animé, películas, mangas, cómics, etc., muchos de los cuales aún no se estrenaban en Latinoamérica o ni siquiera llegaron a hacerlo. Los fansubs (grupos que subtitulan videos o traducen mangas) podían copiar el trabajo de sus colegas de habla anglosajona (o si contaban con traductor propio, conseguir directamente los videos “ripeados” o los scans en idioma original) y agregarle los subtítulos. Si bien esta práctica era común en otros países hasta ese momento no estaban al alcance del gran público latinoamericano, ni argentino. Ya no es imperiosamente necesario esperar la emisión de una serie en la

televisión local, meses o años después del estreno en su país de origen. Tampoco es necesario conformarse con lo ofrecido por la televisión o contar con el dinero necesario para comprar cómics o mangas. Siempre se podía encontrar un fansub amigo que traía el producto que cada quien estaba buscando. Esto aumentó el número de fanáticos y también trajo una gran diversificación de animés a consumir, así que sin importar el gusto particular de cada uno todos pueden encontrar algo de su interés y a alguien con quien compartirlo. Ezequiel recuerda que fue el medio que le permitió seguir en contacto con gente que había conocido en los eventos. Él, según sus propias palabras al vivir en Adrogué (Provincia de Buenos Aires), estaba alejado del gran centro del movimiento friki que es la Capital y no encontraba en su ciudad otros fanáticos interesados por el animé o sus aficiones derivadas y “estaba medio solo”, reflexiona.

Compartir es para el fan algo muy importante y tiene una nueva forma de hacerlo. Las formas de relacionarse cambian, o mejor dicho se transforman al surgir plataformas virtuales de encuentro entre fans. Los principales fueron los foros y sus salas de chat y el *Fotolog*. El *Messenger* fue también una gran herramienta para ponerse en contacto. Ana explica:

“A través de los medios que había en ese entonces, ya sea foros o Fotolog (...) había blogs que uno podía compartir sus fotos de cosplay y así también como que te ibas haciendo más conocido”.

Posteriormente todas estas formas de relación a través de la red perdieron terreno contra la red social *Facebook*, que de algún modo “absorbió” a sus competidores. Este fenómeno no sólo abarcó a los otakus, sino posibilitó el intercambio entre diversos fandoms. Borda describe (2011: 119) en su investigación cómo cambiaron las prácticas de los fans de las telenovelas, y dice:

“Los fans pasan a tener un contacto permanente, no solo con los pares ya conocidos sino con otros que se encuentran en puntos lejanos e incluso con el propio objeto convocante (...) fue más fácil acceder a los materiales que se publican de diversas formas, y por el otro, aunque no es lo más habitual, se hace más posible que antes mantener contacto con los íconos o los productores de textos”.

Jenkins (2009: 199) encuentra algo similar en el intercambio entre otakus estadounidenses y japoneses, donde se desplaza el foco de la

videoanimación hacia otras manifestaciones culturales japonesas y lo mismo ocurre con los fans occidentales de las películas de Bollywood. Hablando específicamente del cosplay, se abre la posibilidad de intercambiar datos, trucos, ideas, etc. con gente que comparta la afición. Y también es posible ir sabiendo cómo es “la movida” en otras partes sin necesidad de presenciarla. Ya no es necesario esperar que salga la Lazer o te llegue la carta de un amigo contando cómo estuvo tal o cual evento, es más fácil entrar en contacto “en tiempo real”. Y además, al tener más información de cuándo y dónde habrá un nuevo evento, es más fácil que vaya el público. Otra característica que menciona Borda es que en la Internet se mezclan integrantes con distinto grado de adhesión y compromiso con su fanatismo. En nuestro objeto de estudio encontramos que ocurre algo similar, ya que muchas personas que no intentarían por sí solas “hacer” cosplay comienzan a sentirse acompañados, al menos en lo virtual y encuentran el valor para intentarlo en la compañía de un grupo.

c) “Efecto Cromañón”

Por las razones antes mencionadas es posible ver que desde 1995, se fueron sumando nuevos fans a las filas del animé principalmente pero también a todos los fandoms en general. Como consecuencia de ello, los espacios posibles para armar convenciones comenzaron a quedar pequeños. Un evento paradigmático y que ejemplifica lo dicho por nosotros fue el desastroso *Megacomics 2006*, al que la revista “Lazer” le dedicó un número completo (Lazer Extra #1, 2006). Respecto a dicho evento, fue positivo sin dudas la afluencia del público en general y la presencia de enorme cantidad de participantes caracterizados como algún personaje. Pero la enorme cantidad de asistentes fue justamente la causa de los problemas: el Centro Municipal de Exposiciones de CABA era un buen lugar para realizar un evento en la medida que no fuera tan masivo. Además se habían alquilado sólo dos tercios del lugar y no el predio en su totalidad. El fin de semana el lugar colapsó debido a la afluencia de público, obligando a la organización a cerrar las puertas y hacer ingresar en tandas a la gente a medida que otros se iban retirando. Muchos directamente no pudieron pasar. En aquel momento estaba aún fresco el



recuerdo de la Tragedia de Cromañon³⁶. Las medidas de seguridad de los eventos, una de ellas la capacidad máxima de personas dentro de un lugar cerrado, eran seguidas muy de cerca por la Policía Federal y la Municipalidad. Pero el público quería entrar y terminó haciendo barricadas y rompiendo los vidrios de la entrada para pasar, al enterarse que no podrían ingresar después de haber hecho cola durante horas. Se realizó un solo concurso de cosplay de los dos programados ya que los organizadores debieron suspenderlo el sábado debido al desborde de público. Entonces la misma gente que deseaba participar o ver, se “autoconvocó” de forma clandestina en el garaje del predio del evento. Ochenta personas participaron y más de doscientas vieron el desfile, pese a que los premios eran apenas algunas cosas compradas con dinero puesto a la gorra. Para el día domingo ya no era posible suspender el segundo concurso, pero debió trasladarse a la parte descubierta del predio para albergar a todos los que se habían podido anotar al concurso, los que deseaban verlo, y las personas que pese a las pocas posibilidades que tenían de entrar seguían formando la cola y siguieron el desarrollo del desfile observando desde la medianera. Aun así quedaron cosplayers afuera, que organizaron su propio “contraconcurso” en la plaza contigua al evento. “Megacomics ‘06” puso en evidencia tanto para los organizadores como para el público que el modelo de mega-feria había entrado en crisis. Más allá del riesgo económico, las mega-ferias demostraron ser muy difíciles de manejar en cuanto a logísticas organizativas. Y además por otra parte, existían pocos lugares con la capacidad suficiente para albergar tantas personas y que además cumplieran las normas de seguridad exigidas por el Gobierno Municipal. Si bien el modelo de “mega-evento” nunca se abandonaría del todo, la hegemonía del “evento del año” se había roto para siempre.

³⁶ Es el nombre con el que se conoce el incendio del boliche bailable “República de Cromañon”, ocurrido el 30 de diciembre de 2004 en la Ciudad de Buenos Aires. La tragedia, ocasionada por el uso de pirotecnia en un lugar cerrado, se cobró 194 víctimas mortales. La fatalidad se vio potenciada por el incumplimiento de las medidas de seguridad por parte del dueño del establecimiento y porque las puertas no se podían abrir desde dentro.

4.2.2.2 Cambios en la mirada acerca del cosplay

Si bien lo narrado párrafos antes es el recuento de un hecho puntual, este nos da la pauta que para el 2006 el cosplay se encontraba perfectamente consolidado entre los fans argentinos y sobre él se depositaban grandes expectativas. Además nos muestra otro nivel acerca del fanatismo y la forma de vivirlo. Si bien lo que lleva a las personas a interesarse por vestirse o por ver a los caracterizados como un personaje es su gusto por algún producto de la industria del entretenimiento como el animé, el cómic, etc., en esta etapa *el cosplay se convierte en algo que genera fanatismo per sé*, dejando en un segundo lugar el motivo original que los trajo en su afición. Coincide con nuestra apreciación De Luca (2012: 14), quien hace su análisis antropológico acerca de los eventos porteños:

“El Cosplay supone (...) un nuevo esquema para pautar las relaciones del público para con el evento y con el objeto de consumo. Ya no son las historietas lo que atrae a estos jóvenes a los eventos, sino esa experiencia social de la multitud, ‘sacarse fotos y divertirse’. Esto deja de lado el objeto de consumo, y al productor cultural también”.

En el mismo sentido va esta apreciación que aparece en el testimonio de Ezequiel, que recuerda su primera experiencia con el cosplay:

“La gente venía, te abrazaba como si vos fueses el personaje y a mí me gustó eso. El personaje me encantaba a mí en ese momento (...) Y que la gente te tome como el personaje me gustaba mucho. La pasaba muy bien, me fui con un recuerdo muy lindo (...) Y yo usaba el cosplay pero la realidad es que no sabía muy bien que es lo que se hacía con el cosplay más que usarlo y estar ahí”.

Y es tanto la “pasión” que genera este hobby, si volvemos a la introducción de nuestro trabajo, que comenzó a pensarse en el cosplay como la actividad central del evento. Y si las condiciones para esta no eran las mejores, los mismos fans estaban dispuestos a trabajar para generarlas, según su mirada acerca del tema. De Luca lo define como una “*segunda matriz de eventos*”, en donde la “*primer matriz*” era la presentada en la etapa anterior y el evento constituía un “*espacio de comercialización*” mientras que en esta segunda matriz la convención se

convierte en un “*espacio de socialización*”. Aparecen según su visión nuevos actores y como consecuencia “las comiquerías y las editoriales extranjeras perderán lugar al compás de los cambios económicos que sufrió el país. Así, las editoriales semiprofesionales³⁷ toman un rol principal en la organización de los eventos.” (De Luca, 2012: 3). Agregamos a su análisis que también se le sumarían nuevos grupos de fans, pues muchos de aquellos “pioneros” del ambiente se fueron retirando o frecuentándolo menos por diversos motivos. Nombrar todos los eventos que se suceden en la Ciudad de Buenos Aires es una tarea un tanto complicada, ya que podemos afirmar sin equivocarnos que existen eventos todos los fines de semana. Aun así podemos destacar que además de “*Animate*” y “*Animefriends*” que son eventos de gran convocatoria sobre todo por traer invitados internacionales, han ganado su espacio las fiestas nocturnas como “*Animegaparade*” (Pérez, 2003: 33-35), “*Lazer Night*” (Di Costa, 2007: 43-47) y “*Daicon*” (en donde se mezcla la idea del boliche con el cosplay), la “*Otaku Matsuri*” (evento en donde se disputan las clasificatorias de la AIC, y su antecesor Animela), las “*Jornadas del manga y el animé*” organizadas por el Jardín Japonés, “*Jigoku*” y muchos otros eventos temáticos o de menor envergadura. Prácticamente todos ellos han hecho del cosplay una o la principal atracción. Para ello se han dado a la organización de los concursos de cosplay, ya no orientados al desfile sino como una competición en términos formales.

Con respecto a este cambio, Ana Bertola piensa que el desarrollo de competencias de carácter nacional, son el signo que marca esta etapa. La primera de ellas fue la Yamato Cosplay Cup, organizada por la empresa Yamato Argentina que copiaba este modelo de Brasil. En esta competición se alentaba a los concursantes en varias rondas clasificatorias para llegar a una final nacional en que se entregaba un importante premio en dinero y la posibilidad de disputar el premio mayor en el país carioca. Nuestra informante recuerda:

³⁷ Se refiere a Deux Estudio, una editorial por aquella fecha aún pequeña que publica tímidamente algunos mangas y se involucra posteriormente en la organización de eventos de gran envergadura como Animate.

“Cuando empezó a haber otro tipo de torneos que por ahí si tenía más importancia el premio o mismo este torneo internacional, es bueno como ‘mirá, el cosplay te puede llevar a algo más importante’. Entonces por ahí la gente empezó a ponerle un poquito más de importancia a lo que era la confección o a qué hacer en el escenario y como que empezó todo un circuito de competencia (...) y se empezó a ver el cosplay de otra manera. También a la par empezó ONB para esas fechas (...) empezó por ese lado a crecer, o a empezar lo que es la fotografía”.

Los concursos pasan a dividirse en tres instancias: el parecido con el personaje, el nivel de confección del traje y la performance, o la puesta en escena. En esta última se tiene en cuenta tanto la actuación como los recursos técnicos que se emplean.

Dentro de los concursos, el nivel técnico de confección de los trajes debe ser alto. También se tiene en cuenta la originalidad en el personaje escogido. Tanto Ana como Ezequiel recuerdan haber trabajado unos seis meses para prepararse para alguna competición. Ezequiel describe el

proceso de creación de su cosplay usado para una Yamato como Ronan el Acusador (de la película *Guardianes de la Galaxia*) de esta manera:



“Cosas que por ahí no tenía ni idea como hacerlas, nunca las tuve que hacer. Son cosas que no son de costura general no es que vas a encontrar en un libro de cómo hacer una camisa (...) tiene como una armadura muy extraña con luces por todos lados un velo que no es un velo común es un velo medio extraño que tiene que tener cierta dureza, cierta firmeza (...) Es un poco de arriesgarse (...)”.

El otro aspecto a tener, en cuenta es la llamada “perfo” (abreviatura de “performance”) sobre el escenario. Se trata de una actuación en relación con el cómic, animé o serie de la que proviene el personaje. Esta puede ser de carácter paródico o con un argumento “serio”, aunque no es necesario que sea completamente fiel a la historia. Lo fundamental es que el jurado y los participantes entiendan lo que ocurre en el escenario. Ana explica que en los primeros años de los concursos lo fundamental era el vestuario, pero habiendo aumentado el nivel general de los participantes, comenzó a tener más importancia esta segunda parte. En ocasiones es

esta la que desempata los concursos. En el número sobre el escenario no sólo importa la actuación, sino todos los elementos que sirven de escenografía, música, efectos de sonido, luces, videos, etc. No siempre existen las condiciones necesarias para reproducir una actuación con toda la capacidad técnica que requiere. Por eso los cosplayers deben ser muy creativos a la hora de tener que pensar las perfo. Siempre pueden ocurrir inconvenientes de último momento en que algo se rompa, o la música entra a destiempo, etc. Sólo en los grandes concursos existe tiempo para ensayar previamente. Con respecto a estos, las inscripciones deben realizarse varios días antes y hay un número limitado de concursantes. En ocasiones se pide una carpeta con imágenes del personaje, información sobre este y detalles del proceso de confección del vestuario. Las presentaciones duran de 2 a 5 minutos, según el reglamento de cada concurso. Un cambio importante que se dio al crearse estos concursos es que se hizo cada vez más común convocar a otros cosplayers para que integren el jurado (por lo general es un triunvirato) en vez de ser los organizadores y expositores, como en la etapa anterior. El público también cambió su actitud hacia los cosplayers, volviéndose más respetuoso y silencioso al momento de ver los concursos.

La escena se complejiza con la formación de diversos “*teams de cosplayers*”, grupos que trabajan en conjunto para lograr representar distintos personajes de una misma serie. Destacamos la actividad de “*Shinka*”, taller de confección de cosplays dirigido por *Mai Lingenfelder* (quién modela en la portada de este capítulo) en que se puede aprender distintas técnicas de costura, confección de armaduras, etc. Durante este período surgen las figuras más reconocidas del cosplay a nivel nacional e incluso internacional. A riesgo de dejar mucha gente afuera, mencionaremos algunos nombres: *Ana Bertola*, *Mai Lingenfelder*, *Franco “Eriol-Kun” Cuccoro* y *Daniela “Danu-Hime” Polito*, *Natalia “Neferet” Telias*, *Melina Bustos* y *Gabriela “Reina Ananasa” Vane Bankier*, *Ezequiel “Eze Lía” Blanco*, *Lilia Lemoine*, *Javier Paredes* (famoso a nivel mundial por su parecido con el *Wolverine* de Hugh Jackman) y un enorme

etcétera. Muchos de los mencionados lograron notoriedad no sólo por su desempeño en los concursos sino por sus charlas sobre el cosplay con trucos y consejos, tanto en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires como en muchas localidades del interior. También muchos de ellos han sido invitados en gran cantidad de ocasiones como jurados de eventos en puntos tan distantes del país como Corrientes, Mendoza o Viedma.

Ezequiel también encuentra en el desarrollo de la fotografía el signo de la nueva época: “era gente que estudiaba fotografía en esa época o se compró una cámara y tenía ganas de probar, y empezó a probar a probar y realmente creo hoy en día salen cosas muy lindas”. El “showa 24” del cosplay debe su popularidad no sólo a su presencia en eventos sino también al trabajo de diversos grupos fotográficos como “*Otaku no Baires (ONB)*”, “*Team las noches*”, “*Photographes Sans Frontieres (PSF)*” y muchos otros fotógrafos independientes que se dieron a la tarea de retratar la escena cosplayer y lo siguen haciendo al día de hoy. Eze Lia e opina al respecto:

“Yo creo que la foto, para mí al menos, hoy en día es como fundamental. Aunque sea una foto más o menos siempre trato de sacarme una foto. (...) porque la foto ayuda mucho a recrear la ambientación que uno quiere demostrar”.

En este sentido explica que una foto sacada en una sesión de fotos, “completa” de algún modo al cosplay, pues la ambientación ayuda a transmitir una atmósfera similar a aquella en que se mueve el personaje en la obra original (sea este fondo provisto por un escenario natural o a través del uso del Photoshop). En la portada del siguiente capítulo, Ezequiel modela como Severius Snape (personaje de Harry Potter) y de fondo se aprecia una iglesia porteña difuminada para recrear el ambiente de la escuela Hogwarts.

Algunos de estos fotógrafos cobran por su trabajo pero la mayor parte de las veces lo hacen desde su propio rol de fanáticos. Hablando informalmente con Gabriel Díaz, uno de los fundadores de ONB, nos contó que en los sets de fotografía que ellos arman en los eventos (y son gratis para cualquier cosplayer) han llegado a tomar 8 000 fotos en

apenas tres días de evento sobre las cuales posteriormente trabajan dándole apenas mínimos detalles de edición (brillo, contraste, etc.). “Nos miramos con Ezequiel [Méndez, su socio] y pensamos si en verdad no estamos locos”, dice. Estos procesos de retoque, hasta que las fotografías son publicadas en la Web, llevan entre dos y tres semanas. Ante nuestra pregunta sobre qué los motiva a seguir adelante, explica que tiene que ver con su propio papel de fanáticos, que se expresa a través de la fotografía de sus personajes favoritos y también de la amistad que entablan con muchos cosplayers y con el público que sigue su trabajo fotográfico.

Pero hasta ahora no hemos explicado cómo la pérdida de la hegemonía de los mega-eventos se tradujo también en el surgimiento de diversos eventos a lo largo del país. En este sentido Rosario se pone a la cabeza al ser uno de las primeras ciudades en organizarse y contar con un nicho de eventos propio. De estos diremos que en general casi todos han apuntado al público otaku y son los que reseñaremos a continuación.

4.2.2.3 Rosario, Santa Fe y Paraná: el triángulo cosplay

En 2005 se organiza el primer evento exclusivo de animé en la ciudad, la “R.A. Fest” y el primero en disputarle la hegemonía a “Leyendas”. Este fue generado por *Rosario Animé*, el club de fans rosarino que tomara el lugar dejado por *A.D.A.M* al disolverse en 2003. Su primera edición tuvo lugar en el salón de la Asociación Japonesa de Rosario y aunque el primer año fue de pretensiones modestas, fue muy exitoso en cuanto a convocatoria y fue creciendo hasta mantenerse en la actualidad.

A este se le sumaron los de los grupos *Animecon* y *Daruma*, que también le dedicaron un gran espacio al cosplay en sus eventos (la edición final de este último en el año 2012 ocupó para el concurso y los espectáculos principales todo un galpón de la Ex -Sociedad Rural rosarina). Destacamos también la edición local de “*Animate*”, en el año 2010. Otros más fueron apareciendo sobre todo a partir del 2010. Estos nuevos eventos cambiaron en gran parte el panorama del fandom del

animé en general y se separaron bastante de los seguidores del cómic estadounidense o de la historieta nacional (aunque esta vinculación nunca se perdería del todo) pues no era el objeto de los organizadores apuntar a estos grupos.

A su vez a partir del 2007 en adelante comenzaron a aparecer en la ciudad de Santa Fe (siendo las “*Shuffle*” santafesinas las más recordadas) y Paraná como otros referentes para los fanáticos del animé. Hubo dos cambios importantes surgidos de esta nueva forma de ver el fandom.

La primera es que se consolidó toda una red donde los otakus, y sobre todo los cosplayers comenzaron a asistir a estos eventos organizando viajes para ir a ellos. Incluso se trataba de coordinar fechas entre los organizadores para que los eventos no se superpusieran entre ellos ya que la gente que participaba una semana en Santa Fe (Capital) a la semana siguiente días debía estar en Paraná y a los quince días en Rosario. El cosplay creció muchísimo gracias a este sistema, porque la gente de diversos lugares comenzó a compartir experiencias y a participar no sólo en concursos locales sino que se empezaron a movilizar por la región. Se organizaban “caravanas” (combis alquiladas) para abaratar los costos de los viajes y poder asistir a los eventos cercanos (incluso a algunos más pequeños como la “*Shonen Densetsu*” de San Lorenzo), pero también a los megaeventos porteños. De este modo y ayudados por el aumento diametral del uso del Facebook en esos años, cosplayers “regionales” entraron en contacto con gente de Buenos Aires y se comenzaron a estrechar vínculos. A su vez los organizadores de los eventos locales empezaron a invitar a algunos cosplayers “famosos” como jurados en los concursos, acompañando a cosplayers locales, y también para que disertaran clases de confección de cosplay o de actuación.

Pero el desarrollo local del cosplay no se limitó únicamente a los eventos. En 2010 nace “*Shibuya Cosplay Club*”, el primer grupo en Rosario en dedicarse a la actividad de forma organizada. La iniciativa

surge de un grupo de jóvenes que eran habitués de la comiquería *Shibuya Station* ubicada en Pte.Roca 747. De estos encuentros surgieron “teams de cosplay” locales. Uno de sus miembros, Ezequiel Estrada recuerda:

“Un fin de semana en particular la clientela fue muy alta, y de forma casual, muchos de nosotros vinimos con cosplays para mostrarnos y conocernos. Fue una tarde espectacular, y nunca habíamos hecho algo como eso. Estábamos acostumbrados a ver cosplays en los pequeños eventos o en Leyendas, pero con un estilo de pasarela. Nos propusimos encontrarnos más seguido, enfocarnos en interpretar los personajes para destacarnos sobre otros cosplayers, y salir a la calle a mostrarlo. El tema no se llegó a concretar, pero aunque nos íbamos dispersando al salir del negocio, algunos caminamos juntos a plaza sarmiento a esperar cada uno su colectivo. En esa caminata de unas pocas cuadras nos convencimos de que caminar disfrazados por la calle estaba bueno, que nos gustaba mostrarlo. Antes de separarnos esa noche quedamos en usar Facebook, (que para ese momento era menos que popular) para contactar a todos los clientes de Shibuya y hacer una agrupación que en principio se dedicara a eso, mostrar e interpretar nuestros disfraces”.

La convocatoria a la caminata cosplay tuvo un éxito inesperado: cerca de cincuenta personas se reunieron en el local de *Shibuya Station* para marchar hasta el Monumento a la Bandera. El grupo tuvo un periodo fuerte de actividad durante los dos años siguientes, que no sólo estuvo referida al encuentro para un evento, sino con toda una lógica conjunta para preparar equipos y discutir acerca de lo que la gente esperaba del cosplay en sí mismo, así como con el diseño de estrategias para lograr una visibilidad mayor para la práctica del cosplay.

El grupo organizó viajes a diversos eventos y también se salió del marco de los concursos para presentarse con un “teatro cosplay” (modalidad que en Buenos Aires también comenzaba a practicarse), el cual, como su nombre lo indica, se trataba de una representación actuada de una serie en particular, con todo lo que ello implicaba, pero sin aspirar al premio de los torneos. Otra iniciativa del grupo fue impulsar un reglamento unificado de concursos que a fin de año se sumaría y daría un ganador de la “*Liga rosarina de cosplay*”. La experiencia duró solamente un año pero tuvo su impacto cultural en la organización de eventos futuros, pues los reglamentos que le han seguido presentan muy pocas variaciones al propuesto por la Liga.



La fotografía rosarina también ha cobrado impulso en la obra de diversos fotógrafos como *Cristian Corvalán*, *Débora Gallardo*, *German Bruera*, *Germán López*, *Gustavo Zicre*, *Juan Pablo Ojeda*, entre otros que también han retratado la escena regional, cada uno desde distintos conceptos de la fotografía que van desde lo periodístico hasta lo artístico, y con distinto uso y aceptación de las técnicas de edición. Podemos apreciar en la fotografía a la rosarina *Rena Rozen* representando al personaje Rococó Oriana del juego *League of Legends* (LOL), bajo el lente y postedición de Cristian Corvalán.

Entre los eventos locales temáticos (los cuales son muy pocos ya que el modelo de evento integrador nunca desapareció por completo) podemos mencionar la “*WizARcon*”, evento dedicado exclusivamente a *Harry Potter* y en cada una de sus ediciones consigue reunir un número interesante de cosplayers. Un dato interesante teniendo en cuenta de que sólo se puede representar personajes del universo creado por J. K. Rowling y la cantidad de versiones posibles está limitada de algún modo a la versión fílmica de la saga. Aun así las famosas capas y bufandas de los estudiantes de Hogwarts han hecho furor en un principio en las presentaciones en librerías de los libros de la saga, y en otros eventos organizados por sus fans.



A modo de cierre aclaramos que cada provincia o región comenzó a armar los suyos, permitiendo la consolidación de los fandoms en todo el interior del país. Podemos mencionar a los eventos más destacados:

además de los mencionados en Rosario, podemos encontrar “*Unicomix*” en Mendoza (nuclea a los fanáticos del Cuyo que lo tienen como una cita obligada), “*Imaginario*” en Santiago del Estero, el “*Viñetazo*” y “*CAF*” en Córdoba, “*Smallville Fest*” en Ushuaia y otros de menor envergadura.

4.2.3 Crisis en los cosplays infinitos

Llegamos así a lo que, analizando desde nuestras observaciones del nacimiento y desarrollo del fenómeno del cosplay a lo que consideramos una tercera etapa que llamamos de “crisis”. Esta categoría es aún provisoria y creemos que para sacar conclusiones más profundas aún se necesita que transcurra más tiempo para ver las consecuencias prácticas de, si en verdad existe, esta tercer etapa. No obstante notamos una ruptura a partir del 2012 con algunas de las características de las etapas previas. Pero estas tienen que ver ante todo con los cosplayers como actores sociales y ya no tanto con los eventos en sí, aunque estos no dejan de ser parte de la problemática. De esta crisis (entendida como un momento de cambio y no simplemente como un hecho negativo), destacamos aspectos positivos y negativos.

4.2.3.1 Aspectos negativos

El primer cambio tiene que ver con una ruptura en la idea de la hegemonía de los cosplayers como un grupo diferenciado del resto de los fanáticos pero relativamente uniforme. Vemos aquí un quiebre en cuanto a su identidad de grupo. O mejor dicho, a pertenecer a un único grupo. En su primer época, ante la burla de propios y ajenos de la escena local fan, los cosplayers “resistían” de algún modo este maltrato con su idea de “no me importa lo que piensen los demás” pues ellos mismos luchaban contra los “prejuicios”, como manifiesta Ezequiel Blanco. Más adelante, ante situaciones como la mediatización del cosplay en la televisión argentina, era necesario de algún modo sostener la “identidad” cosplayer con la fuerza del grupo. Caso parecido vemos en la respuesta generada por el asesinato de Ángeles Rawson ante un nuevo intento de estigmatización de los cosplayers. Borda y Álvarez Gandolfi (2013) recogen un mail que circulaba en aquel momento:

“[R]epudiamos este intento macabro de los medios morbosos y les pedimos que expresen un firme rechazo a los intentos de lucrar con este trágico hecho y denigrando y humillando nuestros gustos y gente... (post de G. C.)”.

Aquí “nuestros gustos y nuestra gente” es la marca de la identidad del grupo que se ve atacado y por ende decide tomar medidas.

Ahora bien, esta uniformidad no parece poder sostenerse en otros momentos o ha dejado de ser “necesaria”. Es común ver en los perfiles de Facebook de cosplayers relativamente constantes en la actividad (más allá de su fama) quejas contra colegas las cuales se suelen ver potenciadas la noche misma o al día siguiente de algún concurso importante. Es difícil analizar los discursos que se intercambian en estas situaciones sin dedicarles un análisis aparte. Pero a modo de resumen el término “*puterío en Facebook*” parece darle título. Las acusaciones se centran en los “cosplayers profesionales” (en el sentido local de “famosos”), a los cuales no se menciona jamás con nombre y apellido, aunque los entendidos pueden identificarlos con relativa facilidad. Estos “profesionales” actuarían con aires de “divos”, con modales y comportamientos a través de los cuales se pondrían en una situación de superioridad por encima del resto. Otro tópico de las discusiones son los “posers” del cosplay, gente que se vuelca a la actividad no interesada por el gusto de representar a un personaje de su agrado y divertirse con ello, sino por seguir de alguna manera la “moda”³⁸. Algunas páginas de Facebook como “*The Fandom Times*” y “*Le fandom*”, se han dedicado a satirizar estas prácticas.

Otra razón parece ser que algunos cosplayers vean en esta afición (dado su popularidad creciente y exposición en los medios masivos) una manera de dar un “salto a la fama” hacia el modelaje o el medio artístico y, una vez conseguido su objetivo, olvidar “su origen”. Es muy complejo investigar estos enunciados, porque muchos son dichos de modo “extraoficial”, y a la hora de preguntarles a los actores los niegan o le quitan importancia. Incluso aquellos que son manifestados por escrito en

³⁸ Encontramos en el sitio blog, “*La vergüenza del fandom*” un comentario del usuario apodado Lord Felix, en este sentido: “Es sencillo. El ambiente del anime en general está completamente putrefacto desde que se instauró como moda en lugar de una cultura”. Pueden consultarse el post completo en: <http://laverquenzadelfandom.blogspot.com.ar/2012/06/hola-bueno-esto-conocen-esta-pagina-no.html>

las redes sociales, son posteriormente borrados por los dueños de los perfiles. Nuestros informantes fueron consultados al respecto. Ana considera que en general el ambiente es de “camaradería” y no ha hecho referencia a problemas propios o de otras personas. Ezequiel considera que sí existen estos conflictos, pero lo considera normal a “cualquier ambiente artístico”:

“En la actuación, en el under existe peor todavía lo que nosotros llamamos el puterío famoso. Uno por ahí lo ven en la televisión en el programa de Rial, se matan. Y acá pasa más o menos lo mismo. Un cosplayer profesional o no es muy relativo. Hoy se usa mucho el medio Facebook, las redes sociales... se empiezan a promocionar y por ahí cosplayer profesional podría llamarse a eso, al que se promociona más o menos y que trata de venderse a sí mismo. Los hay de todo, hay gente que empezó hace diez años y hay gente que empezó ayer (...) y bueno, la gente compra, elije comprar o no, como todo”.

Más allá de los fundamentos que sostienen o no estas discusiones, si está claro que el ambiente ha perdido parte la camaradería que lo había ayudado a surgir.

¿La razón? Hasta ahora no es posible más que arriesgar hipótesis para explicar el malestar en el ambiente. Desde el punto de vista de nuestros entrevistados tiene que ver con la gran cantidad de gente que se ha volcado a hacer al menos una vez un cosplay. En cada evento surgen nuevas caras por lo que, más allá de la gran ayuda que puedan suponer las redes sociales, es imposible conocerse con todos y vuelve los vínculos más inestables, ya que lo único que parece compartirse es la coincidencia en el evento.

Otro factor puede tener relación con el “recambio generacional”. De aquellos pioneros de los primeros eventos ya quedan pocos cosplayers activos y al día de hoy hay una generación entera que como dijimos creció con el fandom como algo habitual en sus vidas y por tanto desconoce la idea de tener que organizarse para “defender” como lo hacían los miembros de A.D.A.M con el animé, el cosplay o el motivo de su interés particular. Entonces el grupo se vuelve menos necesario. Aquí volvemos al concepto de Libertad Borda de “fondo de recursos” del fanatismo. En etapas previas de la actividad, era más lógico verlo desde el punto de vista de la “resistencia”, en términos de Hills y otros. Pero una

vez ocurridas estas “conquistas” dentro del fandom, ya no parece ser esta la explicación más lógica. No se necesita luchar por nada, pues todo ya fue instituido en etapas previas. Entonces dentro de ese “fondo de recursos” que posee el fan, priman aquellos que tienen que ver con la gratificación personal y no la colectiva.

Otro factor que ha entrado en crisis es el sistema y lógica de los concursos de cosplay. Desde el cambio dado en la segunda etapa no ha habido variaciones sustanciales en este aspecto. En ese sentido estos parecen haberse “estancado” de algún modo. En cuanto a lo que refiere a las competiciones, el techo máximo es presentarse en la A/C en un escenario internacional latinoamericano o en *Yamato Cosplay Cup* que sí reúne a escasos participantes de Europa, pero en el ámbito mundial es considerado “menor”. Nuestros entrevistados expresaron largamente el “orgullo” que les provocó representar a la Argentina, a lo que Ana llamó sentirse “como parte de la Selección Nacional”, en analogía al deporte. Más allá de su deseo y el de otros cosplayers, no existe la posibilidad de trascender a través de un concurso más allá de los mencionados. Los concursos que ofrecen viajes a la Comic-Con de New York ofrecen el pasaje y la entrada pero no implican una participación en los concursos de allá. A su vez el único país latinoamericano en integrar la WCS (World Cosplay Summit) japonesa es México. Además hay que considerar el problema de la distancia geográfica en sí misma: hay aspectos técnicos y logísticos a tener en cuenta que son de muy difícil resolución para los cosplayers latinoamericanos en general y argentinos en particular. Uno de ellos es que el tiempo de ida y vuelta para participar de un concurso implicaría al menos una semana, tiempo del que no todas las personas pueden disponer ya que poseen compromisos laborales y familiares a los que deben responder. Recordemos que nadie en el país “vive” a tiempo completo del cosplay como para dedicarle todo este despliegue de energía. Otro es el traslado de los vestuarios y decorados en tan grandes distancias³⁹. Participar en competencias de este estilo exige una preparación y anticipación a la que el cosplayer argentino no está

³⁹ Justamente el problema con los representantes mexicanos de la WCS del 2006 fue que gran parte del decorado de su performance llegó destruido en el viaje por avión.

acostumbrado principalmente por su forma de pensar la actividad, donde todo el trabajo recae en una o muy pocas. Leandro Lagomarsino, organizador de la Asociación Internacional del Cosplay sede Argentina, nos comentó de modo informal la necesidad de repensar al cosplay como “una escudería” en similitud con el automovilismo. Aún si estos problemas se logran resolver, es necesaria la inversión de patrocinadores destinados a convertirse en sponsor de los concursantes. Es decir que las posibilidades de competir en Argentina tienen un techo y los cosplayers locales solo pueden esperar a que les caiga un golpe de suerte y algún organizador de un evento internacional vea sus fotos o un video y decida invitarlos como jurado o a dar una conferencia. Pero esto difícilmente pase si estos cosplayers no pueden demostrar de algún modo su valía o su poder de convocatoria ante el público.

Podríamos suponer que la Internet cumpliría con el fin de igualar las posibilidades, con las páginas que agrupan cosplayers de todo el mundo y o las paginas promocionales de Facebook o Deviantart. Gabriel Díaz relativiza los alcances de la Internet en este sentido y opina al respecto:

“Que Reika⁴⁰ y vos tengan una página de Facebook, significa que vos la conocés a ella, pero no que ella te conoce a vos”.

Para él, más allá de la presencia en la Red es necesario un contacto con el público en vivo y en directo. Y más allá del enorme crecimiento local de la actividad, los eventos, no poseen la convocatoria que tienen en sus países “matrices”, es decir Estados Unidos y Japón. Y otra vez volvemos al punto de inicio: las posibilidades de acercarse a estos grandes centros de la cultura cosplayer son por demás limitadas.

Pero el cosplay no sólo se limita a competencias en concurso, de hecho los premios fueron la motivación para que el fenómeno se expanda pero no un objetivo en sí mismo. Por un lado, es necesario elevar y mejorar el nivel de competición, pero al mismo tiempo es necesario no

⁴⁰ Reika es una cosplayer japonesa de fama mundial. Puede verse su perfil de Facebook aquí: <https://www.facebook.com/Reika-315573555144954/?fref=ts>

descuidar a las personas que se dedican a la actividad sin el afán de ganar algo. O mejor dicho sí desean hacerlo pero no pueden cumplir los – cada vez más – requisitos de los concursos actuales. La desaparición casi por completo de la modalidad desfile por el acento puesto en la performance deja a muchos potenciales participantes afuera. Estos deciden abstenerse esgrimiendo diversos motivos que van desde no haber podido (por falta de tiempo o capacidad técnica) preparar performance convincentes, o anotarse con la suficiente antelación, hasta la timidez misma de las personas que son capaces de cumplir con un breve desfile pero no desarrollar alguna otra competencia artística. Además los grandes concursos ponen restricciones a la capacidad de concursar. *Comicópolis* (el sector de la feria nacional Tecnópolis) puso para sus concursos diarios un límite de quince participantes por día y había que pasar por una preselección previa un mes antes, además de presentar una carpeta de desarrollo del vestuario (Sitio Web de Comicópolis, 2015). Si consideramos que por la publicidad puesta en la difusión del evento, este tuvo carácter nacional, y convocó a cosplayers de mucha partes del país, las vacantes son muy pocas, sobre todo para las personas del interior.

Así de a poco se crea el imaginario de que es una actividad “para unos pocos” y aunque el número de cosplayers ha crecido y no disminuido, podría llegar a un punto límite. Si a esto se le suma una suerte de “efecto saturación” del cosplay hay motivos para preocuparse. Si bien esto hasta ahora sólo lo hemos podido observar en eventos de alta convocatoria principalmente de la Ciudad de Buenos Aires, no podemos dejar de prestar atención a este síntoma. Hemos podido notar en observaciones participantes y no participantes en diversos eventos de los dos últimos años cómo mientras los grandes pabellones de los eventos estaban poblados de personas caracterizadas de la más alta variedad de personajes -algunos de nivel de competición en cuanto a la confección-, la gente prefería dedicarse a comprar, o a mirar exposiciones en vez de sacarse fotos con los cosplayers o conversar con ellos como lo hacía antes. Los rumores acerca del divismo, ciertos o no, han contribuido

en alejar a estos artistas del disfraz de sus seguidores que no son más que otros que el público de fans general. Y es sabido que un artista sin público no tiene razón de ser. Además, si los cosplayers dejan de ser un punto de atracción para los asistentes a los eventos, los organizadores dejarán de invertir espacio, tiempo y dinero en la actividad. Ezequiel Blanco nos señala que pone su mejor esfuerzo en sus talleres sobre cosplay pues, explica, los organizadores esperan vender entradas con su presencia.

En tercer lugar, debemos considerar una vez más el desarrollo mismo de los eventos en los últimos años y la pérdida de protagonismo, por así decirlo, ante otras ramas del fanatismo relacionadas al entretenimiento. Dos de las más notorias en los últimos dos años son los grupos que realizan performance de coreografías de K-Pop (pop coreano) y las presentaciones de Youtubers. Siendo que en los eventos confluyen diversos intereses, pero algunos más que otros, se ha dado un nuevo fenómeno: la especialización de eventos, algunos más dedicados al animé, otros al cómic y otros a estas nuevas actividades. Aunque los concursos de cosplay siempre están presentes, poseen menos premios y también menos organización. También debemos señalar que el gran desarrollo de los eventos, sobre todo fuera de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (donde siempre estuvo) ha decaído sobre todo durante el año 2015. Aunque se realicen muchos eventos, aproximadamente dos por mes en Rosario, estos no poseen las inversiones económicas de antaño. Y también hay un factor económico: no todos los fans poseen suficiente dinero ni tiempo para asistir a todos ellos. Además, más allá de la “especialización” de los espectáculos de los eventos, la mercadería de los negocios que venden en estos es casi siempre la misma, “rutinizándolos” y generando un efecto de “saturación”. No debemos olvidar que el cosplayer también es un fan, y aunque va al evento a lucir su traje, también consume otras cosas, algunas materiales. Si no encuentra ninguna cosa de su interés, comienza a seleccionar aquellos eventos de mayor envergadura que pueden redituarse un premio o una gran presencia pública y decide no asistir a otros.

4.4.2 Aspectos positivos

Afortunadamente, y más allá de lo descripto párrafos anteriores el interés del cosplay no ha decaído sino que “cada vez hay más”, como se expresaron nuestros dos entrevistados. Permanentemente están apareciendo nuevas personas que se dedican al cosplay por “experimentar” lo que se siente, y otras con aspiraciones más artísticas y de competición. La mirada social, incluso ha cambiado en parte su juicio “*estigmatizador*”, no sólo en nuestro país sino a nivel mundial. La ficción televisiva estadounidense se ha hecho eco de las prácticas de los fanáticos en diversas ocasiones. Por un lado encontramos series como *The big bang theory*, que muestra la vida de cuatro frikis en los que en los diversos capítulos se hace referencia a los eventos de cosplay e incluso ellos mismos aparecen usándolos en diversas ocasiones. Pero hasta ahí es una versión paródica de lo que se supone es la vida de un fan. Otras series de corte cómico/ policial, como *Castle* o *Bones* hacen también en varias ocasiones referencias al tema del cosplay y sus prácticas que son presentadas no como algo malo sino como una forma más de esparcimiento. En un capítulo, vemos al escritor Richard Castle preocupado que su hija adolescente ha crecido y ya no desea ir con cosplay a los eventos con él, sino con sus amigas. Con gran sorpresa descubre que su novia, la detective Becker también tuvo un pasado cosplayer en el círculo de la Ciencia Ficción. En *Bones*, vemos cómo el detective Booth y la antropóloga forense Brennan tienen que investigar una convención que presuponen es la escena de un crimen, la situación deriva a que Brennan (una profesional muy seria y reservada en su vida privada) termina vestida de Wonder Woman y peleando con una réplica de espada medieval, lo que le resulta por demás divertido. Estas tramas pueden interpretarse de dos maneras: por un lado un guiño al grupo de fanáticos, por el otro un modo de naturalizar y mostrar a un público más general de qué se tratan determinadas prácticas culturales y cómo personas perfectamente insertadas en la sociedad pueden disfrutarlas.

También encontramos que la misma industria del cómic estadounidense de superhéroes le ha dado espacio a los cosplayers

dentro de sus propias publicaciones. La editorial Marvel Comics, sorprendió a su público al anunciar en agosto del 2015, que publicaría una edición especial de sus cómics con tapas en las que aparecen distintos cosplayers estadounidenses representando a sus personajes más conocidos. Declaró el por entonces Vicepresidente Senior de Ventas y Marketing de Marvel Cómics, David Gabriel:



“Los cosplayers se hacen con el control. Cada convención a la que voy, parece como que hay más y más fans vistiéndose como sus personajes favoritos de Marvel. Esos trajes caseros y hechos a mano son tan elaborados, que parece como que salen directamente de una página de cómic. La iniciativa de portadas alternativas de cosplay es nuestra forma de apoyar a una comunidad que nos apoya a nosotros” (Sánchez, 2015).

Vemos en las palabras de Gabriel una valoración positiva de la misma industria del cómic a aquellos fans que hacen cosplay, en una actitud completamente diferente a la que esta tenía con ellos –y los fans en general -en épocas pasadas. Dado que estas series y publicaciones estadounidenses gozan de gran popularidad en el público argentino, podemos suponer que producen en este un efecto similar al que provocan en los televidentes y lectores estadounidenses.

Dentro de los medios de comunicación locales, muchas veces encontramos artículos que dan cuenta de los eventos realizados en el país y que han perdido, en su mayoría, la mirada estigmatizadora. Por ejemplo, una nota del diario *“La Capital”* de Rosario y fechada el 16 de agosto de 2015⁴¹, informa correctamente:

“Con el tradicional concurso cosplay cierra en Rosario la convención de cómics. Por la mañana habrá un desfile de personajes de Star Wars en la calle Recreativa”.

Y en el pie de foto, en la que aparecen algunos miembros del grupo de cosplay *“Legión 501th”*, dedicado exclusivamente a *Stars Wars* señala que:

⁴¹ Puede consultarse el artículo online aquí: <http://www.lacapital.com.ar/la-ciudad/Con-el-tradicional-concurso-cosplay-cierra-en-Rosario-la-convencion-de-comics-20150816-0047.html>

“Chicos y grandes disfrutan del concurso cosplay”.

Si bien nos hace falta seguir observando el fenómeno, encontramos que los eventos importantes siguen teniendo la convocatoria de antaño, incluso han crecido, como podemos apreciar en el artículo que acabamos de citar. En el mencionado desfile de Crack Bang Boom 2015, se convocaron más de cien personas para participar y duró casi tres horas en realizarse. Los participantes fueron tanto adultos como niños (la más pequeña fue una Princesa Leia de 45 días en brazos de su madre). A su vez el público acompañó a los cosplayers sin moverse de su lugar, más allá de las heladas temperaturas que acompañaron la jornada.

Otro punto a tener en cuenta es la proliferación de los cosplayers “para fotografías”, es decir personas que no asisten a los eventos y difunden su trabajo exclusivamente vía Web. Por ende, el evento ya no comprende la totalidad de personas que se dedican a este hobby. Se rompe entonces con “el mundo de fin de semana”, en favor de pensar otra redistribución del tiempo libre. Si a esto le sumamos publicaciones como “Show your cosplay”, la primera revista argentina dedicada exclusivamente al tema y que lanzara su primer número a principios del 2015, vemos que las posibilidades que da esta afición se están ampliando una vez más.



Entendemos que lo expuesto anteriormente no debe ser entendido más que como un momento bisagra entre dos etapas. El rumbo que tomará la misma dependerá de cómo el grupo de los actores (cosplayers, cosmakers, organizadores, fanáticos en general) resuelva sus diferencias y contradicciones, y de qué modalidades de legitimación social alcance este hobby en los próximos años.



CAPÍTULO 5

CONCLUSIÓN

5.1 Análisis de los resultados y nuevas líneas de investigación

A lo largo de esta investigación hemos estudiado en profundidad la historia del cosplay en el mundo y más específicamente en nuestro país. Hemos descrito el inicio de esta actividad así como en su desarrollo hasta llegar al momento presente. Para ello también hemos estudiado el origen de algunos fandoms y cómo a través de esto se fueron formando distintos eventos que nuclean diversos intereses de los fans, entre ellos el que da motivo a nuestro estudio. A tal fin hemos consultado bibliografía diversa, tanto sobre el tema como sobre otros relacionados y consultado diferentes registros hemerográficos, además de algunos materiales audiovisuales. A su vez hemos contado con informantes claves, tanto en la actividad del cosplay como en diversos fandoms. Esto a su vez lo hemos constatado con nuestras propias observaciones del fenómeno, tanto participante como no participante. De todo lo hasta aquí analizado sacamos algunas conclusiones que expondremos a continuación.

El cosplay es un fenómeno, en el sentido en que aparece de un modo casi espontáneo en las sociedades modernas del siglo XX. La práctica del disfraz es mucho más antigua, pero la actividad que hoy por hoy entendemos como cosplay con sus características más o menos estables, no posee más de setenta y cinco años de vida en el mundo. No es dirigida desde los centros de poder cultural, sino que es impulsado por un grupo minoritario: los fans de ciertos productos culturales ligados a algunas ramas del entretenimiento como literatura pulp, las historietas, series de TV estadounidenses y japonesas, etc. A su vez, surge como respuesta a una nueva sensibilidad social. No nos parece casualidad que en el caso estadounidense haya surgido a puertas de la entrada del país a la Segunda Guerra Mundial y luego retomada con más fuerza, y, en el caso japonés, tras el cambio cultural de la generación que sucedió a este mismo conflicto bélico. Para nosotros, estos períodos de crisis social y económica potencian la búsqueda de nuevos horizontes culturales. En el caso argentino, aunque aparece unos quince años después de la vuelta

de la democracia en 1983, es a principio de los ´80s que se comienza a trabajar en crear los espacios para que el cosplay finalmente aparezca a finales del siglo XX. El cosplay (al igual que los fans) no es ajeno a los cambios socioculturales y económicos de las sociedades en que está inmerso. Cuando hay cambios en este sentido, hay cambios en la actividad.

Surge a la luz de diversos avances técnicos y de los medios de comunicación. Teniendo en cuenta ciertos antecedentes del cosplay tanto como actividad teatral (los japoneses vestidos como personajes del cuento Momotaro) y como “disfraz” (los lectores estadounidenses de “The Daily Book”), encontramos que este surge dentro de la “sociedad de masas” y a la luz de los cambios de la modernidad. Por un lado, el acceso a la información y el entretenimiento que promueven los diarios y otras publicaciones como las revistas pulp y posteriormente las revistas destinadas a la historieta sean extranjeras o de origen nacional. A su vez, los cambios introducidos por el cine y la televisión en las sociedades de masas generaron las condiciones para que exista el material del que se nutre este entretenimiento. Cada vez que hay algún cambio en las tecnologías ligadas al entretenimiento hay un avance en cuanto a la actividad del cosplay, siendo el último y más resonante la Internet, que es el lugar en el cual tanto se puede encontrar el objeto de afición primario (cómic, animé, etc.), como se hace posible de manera sencilla comunicarse con otros fans y difundir la actividad propia. A su vez, el avance técnico que supone la fotografía digital ayuda a registrar y a difundir con gran facilidad todos estos procesos, registro y difusión que devienen objetivos mismos del cosplay.

El cosplay tiene una vinculación directa con el surgimiento de los fandoms y estos con las convenciones/ eventos. El cosplay es una de las tantas actividades del “fondo de recursos” del que puede echar mano un fan para manifestar su fanatismo. Para “ser cosplayer” o “hacer cosplay”, es necesario primero ser fan, aunque sea desde el punto de vista de la valoración positiva hacia tal o cual producto cultural específico. Es necesario conocer el personaje que se representa, para poder

caracterizarse como este e “interpretarlo”. Pero ser fan en solitario (más allá de los estereotipos en torno a esta figura) no tiene demasiado sentido, pues el fan desea compartir con otros pares. Por eso este forma los clubes de fans y luego los eventos. Estos últimos son los escenarios primarios en que un cosplay puede ser apreciado correctamente por los pares y cuando estos eventos se amplían, por el público general. En los últimos años existen otros espacios en donde comienza a ser más aceptado usar los trajes (la vía pública con motivo de un picnic, las sesiones de fotos) pero la idea de reunirse y comunicarse con otros pares, otros fans, sigue estando presente. Destacamos que los eventos surgen por el deseo de compartir el fanatismo, cuando existe algún tipo de carencia. Esta puede tener que ver con los espacios de socialización, las posibilidades de conseguir tal o cual información o el acceso al merchandising, pero la idea de reunirse siempre aparece cuando existe alguna falta, algo que se interpone entre los fans y el disfrute de su afición.

El concepto de cosplay cambia a lo largo del tiempo. Esto pudimos apreciarlo en las etapas descritas, donde se pasó de la idea de “disfrazarse” como un personaje para asistir a un evento y eventualmente participar de un desfile a la actual, donde los fines que se persiguen son muy diversos. Estos van desde simplemente mostrarse caracterizado dentro de un evento u otro tipo de reunión de fans, hasta formarse un nombre dentro del mundo del modelaje. A su vez ha cambiado el criterio de lo que es un cosplay bien hecho: de la representación de un personaje con elementos que existen en la vida cotidiana (incluso en una versión “libre” como hacían los fans estadounidenses), a la copia fiel de un personaje, para el cual se utilizan ciertos elementos (lentes, pelucas) provistos por un mercado que se dedica a comercializarlos. Los cosplayers se han dividido en cosplayers de representación, de escenario y de fotografía según a qué aspecto le dediquen más energía; pero las motivaciones, aunque siguen girando alrededor de la diversión, tienen que ver con distintos conceptos de diversión e incluso con un fin “comercial”.

El cosplay es un fenómeno internacional pero se crea o recrea según la idiosincrasia de cada país. Esto queda plenamente demostrado en el caso argentino en oposición al estadounidense y el japonés (los cuales tampoco son iguales entre sí). El cosplay en la Argentina, más allá de haber adoptado costumbres de sus países fundadores, está teñido desde su origen de elementos que tienen que ver con la idiosincrasia de nuestro país. Por un lado, el hecho de elegir personajes de cualquier origen y de cualquier época y que sean igual de válidos a criterio del público. Por el otro, una gran marca de lo cómico y paródico sobre todo a la hora de la performance (en el evento o en los concursos), en que el cosplay no es vivido como algo “solemne” sino divertido -como manifestaron nuestros informantes-, lo cual llega a tenerse en cuenta, inclusive, en la evaluación en los concursos (recordemos la categoría “lo atamo´con alambre”, nombre que proviene de una canción popular impresa en el imaginario argentino). Si bien es posible que encontremos estas características en otros estudios latinoamericanos, en el caso argentino la idea de la diversión en forma de broma está muy presente incluso al día de hoy en que los concursos obligan a una mayor seriedad en la elaboración del cosplay. A su vez, en los estudios mexicanos encontramos una hibridación entre las prácticas prehispanas del disfraz ritual y el cosplay actual, cosa que en el caso argentino no vemos, ya que no pudimos encontrar un vínculo firme entre el cosplay y alguna otra práctica cultural tal como las fiestas folclóricas o populares, a excepción, obviamente, de los vínculos genealógicos con los grandes corsos propios de la festividad del carnaval en décadas pasadas (que a partir de los años '60 abundaron en caracterizaciones inspiradas en relatos mediáticos) o con la práctica consuetudinaria del disfrazarse en los “actos escolares”, propios de la escuela primaria argentina.



Esto nos permite llegar a nuestra conclusión final: **el cosplay es una construcción contingente**, es decir que cambia según la época y el lugar donde se desarrolla. En su origen siempre es un fenómeno, un acontecimiento, pues como decimos irrumpe de algún modo, pidiendo espacio en los eventos o en algún otro tipo de escenario afín a la confluencia de fans. No es impuesto desde ningún centro de poder cultural, sino que emerge de las culturas fans que desean comunicar algo: su fanatismo. Pero no se queda simplemente en su irrupción social. Interactúa con su sociedad: se adapta a sus cambios económicos, sociales y tecnológicos, así como la sociedad va variando la apreciación colectiva sobre la práctica del cosplay.

Concluimos aquí nuestro estudio, al menos provisoriamente. Entendemos que a partir de esta investigación debería profundizarse en algunos aspectos que fueron dejados de lado por falta de espacio o de recursos. Algunas posibles líneas de investigación son:

-El estudio de la “tercer” etapa del cosplay, ya que entendemos nos encontramos ante un momento de cambio económico y social en el país, lo que por ende repercutiría en la práctica cosplayer cómo ocurrió veces anteriores.

-El desarrollo de la fotografía cosplayer como arte y como vehículo periodístico. No existe hasta el momento un estudio que se dedique a estudiar con profundidad a los diversos fotógrafos nacionales, aunque la producción de estos esté muy difundida entre los círculos de fans.

-La relación del cosplay con otros fenómenos culturales de origen asiático que recientemente han aparecido en la escena local en los últimos años, como las modas “*lolita*”, “*gyaru*” y también los grupos que bailan *K-Pop*. Estos se suelen cruzar con el cosplay dentro del espacio de los eventos, y habría que estudiar qué consecuencias trajo este cruce.

-El rol del cosplay en la configuración de identidades juveniles y en la cultura joven. Si bien ya existen investigaciones que han analizado este rol, creemos que por varias cuestiones estudiadas en nuestro trabajo las

conclusiones de esas investigaciones deberían revisarse. Estas investigaciones se basaron en un marco etario ligado a la pubertad y la primera juventud, pero, como nosotros sospechamos, habría que ver qué ocurre con otros actores (niños y adultos de más de treinta años) que no entran en las definiciones de juventud de aquellos estudios. Volvemos a explicitar en ese sentido nuestra sospecha de que el cosplay puede surgir como una cultura juvenil, pero finalmente derivar hacia un grupo social mucho mayor, en el que algunos actores “envejecen” pero se mantienen en la escena y otros se incorporan a ella siendo más jóvenes o más viejos. Por otra parte estos estudios dejan de lado las teorías del fanatismo y los estudios de fan, y dicha disociación no permite comprender en sus términos cabales la relación del cosplay con la juventud.

-Un estudio comparativo –posiblemente el proyecto más ambicioso- entre el desarrollo del cosplay en la Argentina y otros países latinoamericanos, a fin de cruzar estas experiencias y establecer qué tienen en común y qué es propio de cada una de ellas. Además, este estudio podría sostener con más solidez nuestra hipótesis de que el cosplay surge o se desarrolla con más fuerza en períodos de crisis sociales y económicas, como resultado de un cambio en la sensibilidad de una parte de la sociedad que se arroja a la búsqueda de nuevos horizontes culturales.

De este modo, finalizamos nuestro estudio acerca del origen y desarrollo del cosplay en la Argentina, a la espera de que surjan nuevos aspectos del fenómeno sobre los cuales continuar trabajando, nosotros u otros investigadores que decidan dilucidar aspectos aún no explorados de esta práctica cultural.

Bibliografía

Publicaciones y artículos web

----- (¿?) “Aparición de la revista Hora Cero” en *Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad de la Plata*, recuperado el 5 de octubre de 2015, disponible en: <http://perio.unlp.edu.ar/node/133>

----- (¿?) “El Origen del Día del Orgullo Friki” en *Orgullo Friki.com: la web oficial del día del Orgullo Friki*, recuperado el 4 de junio de 2015, disponible en: <http://www.orgullofriki.com/25mayo/index.php/historia>

----- (1982) “Boletín número 1 del CACyF” en *Enciclopedia Axxonline de la CF y F de la Argentina, Año 1 N°1*, abril de 1982, recuperado el 26 de septiembre de 2015, disponible en: http://axxon.com.ar/wiki/index.php?title=Bolet%C3%ADn_n%C3%BAmero_1_del_CACyF

----- (2004) “Historia del cómic de superhéroes (I): la Golden Age y los años cincuenta” en *Heroe.com*, publicado el 25 de octubre del 2004, disponible en: <http://heroecom.blogspot.com.ar/2004/10/historia-del-cmic-de-superhroes-i-la.html>

----- (2012) “¡El manga no sólo es de Japón!” en *Nippon.com* publicado el 10 de diciembre de 2012, disponible en: <http://www.nippon.com/es/views/b02201/>

----- (2012) “La verdad” en *La vergüenza del fandom*, publicado el 5 de junio de 2012, disponible en: <http://laverguenzadelfandom.blogspot.com.ar/2012/06/hola-bueno-esto-conocen-esta-pagina-no.html>

----- (2012) “Revista Show your cosplay, página oficial en Facebook”, recuperado el 26 de diciembre de 2015, disponible en: <https://www.facebook.com/Showyourcosplay>

----- (2014) “Tsutomu Mikazaki, el asesino otaku” en *Escrito con sangre*, recuperado el 14 de octubre de 2015, disponible en:

<http://escritoconsangre1.blogspot.com.ar/2014/05/tsutomu-miyazaki-el-otaku-asesino.html>

----- (2015) “Con el tradicional concurso cosplay cierra en Rosario la convención de cómics” en *La ciudad. Diario La Capital versión online*, recuperado el 28 de diciembre de 2015, disponible en: <http://www.lacapital.com.ar/la-ciudad/Con-el-tradicional-concurso-cosplay-cierra-en-Rosario-la-convencion-de-comics-20150816-0047.html>

----- (2015) “Cosplay” en *Comicópolis* recuperado el 1 de septiembre de 2015 en: <http://comicipolis.ar/2015/cosplay/reqlamento>

----- (2015) “Friki” en *Diccionario de la lengua española | Edición del Tricentenario*, recuperado el 2 de diciembre de 2015, disponible en: <http://dle.rae.es/?id=IUmogtr>

----- (2015) “Gamers” en *De tribus urbanas*, recuperado el 18 de mayo de 2015, disponible en: <http://www.detribusurbanas.com/gamers/>

----- (2015) “Niño rata” en *GamerDic: diccionario online de términos sobre videojuegos y cultura gamer*, actualizado el 13 de diciembre de 2015, disponible en: <http://www.gamerdic.es/termino/nino-rata>

----- (2015) “Ranking” en *Worldcosplay.com* recuperado el 30 de agosto de 2015 disponible en: <http://worldcosplay.net/es/ranking/member/cosplayer>

----- (2015) “Significado de Friki” en *Significados*, recuperado el 24 de mayo de 2015, disponible en: <http://www.significados.com/friki/>

----- (2015) “The story of costuming” en *Costuming.org*, recuperado el 21 de julio de 2015, disponible en: <http://www.costuming.org/history.html>

----- (2015) “Worldcon. Photo albums, publications and reports” en *Fanac.com*, recuperado el 10 de Agosto de 2015 disponible en: http://www.fanac.org/worldcon/LA_Con/w84-p17.html

ALVAREZ GANDOLFI, Federico (2014) “Culturas fans y culturas masivas: prácticas e identidades juveniles de otakus y gamers” en *La trama de la*

comunicación Vol.19 pag. 45-65. *Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales*, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina: UNR Editora.

ALVAREZ GANDOLFI, Federico y BORDA, Libertad (2014) “El silencio de los otakus. Estereotipos mediáticos y contra-estrategias de representación” en *Papeles de trabajo*, 8 (14). 50-76, disponible en: <http://www.idaes.edu.ar/papelesdetrabajo/paginas/Documentos/n14/1.4.%20Borda%20y%20Gandolfi%20El%20silencio%20de%20los%20otakus.pdf>

ASHCRAFT, Brian y PLUNKETT, Luke (2014) *Cosplay World*, Estados Unidos: Editorial Prestel.

BALDERRAMA GASTELÚ, Lucía. PÉREZ HERNAIZ, Carmen (2009) *La elaboración del ser otaku desde sus prácticas culturales, la interacción con el otro y su entorno*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, disponible en: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR5086.pdf>

BASEEL, Casey (2015) “Century-old cosplay photo exists for a reason as bizarre as its dog vs. monkey sumo match” en *Rocket news 24* publicado el 29 de mayo de 2015, disponible en: <http://en.rocketnews24.com/2015/05/29/century-old-cosplay-photo-exists-for-a-reason-as-bizarre-as-its-dog-vs-monkey-sumo-match/>

BARRAGAN, Daniel Horacio (2013) “Fantabaires: visiones peligrosas de un glorioso pasado” en *Imaginarte: el arte de la imaginación*, publicado el 5 de mayo de 2013 disponible en: <http://dbimaginarte.blogspot.com.ar/2013/05/fantabaires-visiones-peligrosas-de-un.html>

BEAN, Daniel (2013) “Celebrating Geek Pride Day, May 25”, en *ABC News*, publicado el 25 de mayo de 2013, disponible en: <http://abcnews.go.com/blogs/technology/2013/05/celebrate-geek-pride-day-may-25th/>

BELIZON, Salvador (2014) “¿Cuál es el origen de la palabra ‘cosplay’?” en *Alfabetajuega*, publicado el 23 de octubre de 2014, disponible en: <http://www.alfabetajuega.com/noticia/cual-es-el-origen-de-la-palabra-cosplay-n-44402>

BENJAMIN, Walter (1989) “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” en *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires.

B.G., Marisol (2012) “Identidades Fragmentadas: ¿Psicopatología o nuevos equilibrios?” en *Radio Amorfeus.com*, recuperado el 2 de abril de 2014, disponible en: www.radio-amorfeus.com/11-opinion/181-identidades-fragmentadas-psicopatologia-o-nuevos-equilibrios?tm

BRAVO GUZMÁN, M; NIETO, S; CHARCO CHÁVEZ, V. (2010) *Identidad Juvenil y la práctica del cosplay*. México D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/267822623/Identidad-juvenil-y-el-cosplay>

BRENDT, Jaqueline (1995) *El fenómeno manga*. Barcelona: Editorial Martinez Roca.

BORDA, Libertad (2011) *Bettymaníacos, Luzmarianas y Mompirris: el fanatismo en los foros de telenovelas latinoamericanas*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Buenos Aires.

CALVO VEGA, Jesica (2015) “Cosplay, juego de identidades” en *Introducción al drama popular*, recuperado el 24 de enero de 2016, disponible en: <https://populardrama.wordpress.com/aportes-estudinales-ii-2015/cosplay-juego-de-identidades-por-jessica-calvo/>

CASAS TEJEDA, Ricardo y PERILLÁN TORRES, Luis (2009) “La videoanimación y el videojuego en el proceso de construcción de identidad, coherencias entre el modelo transaccional y las categorías epistémicas presupuestas” en *Ricardo Casas Tejeda. Curriculum Vitae en línea, artículos académicos*, publicado el 2 de agosto de 2009, disponible

en: <http://ricardocasas.blogspot.com.ar/2009/08/la-videoanimacion-y-el-videojuego-en-el.html>

CENTURION, Fabián. GARCÍA, Marta (¿?) “El teatro japonés, el refinado No y el popular llamado kabuki” en *Introducción al teatro asiático, cultura del espectáculo*, recuperado el 06 de septiembre de 2015 en: <https://introduccionalteatroasiatico.wordpress.com/el-teatro-japones-el-refinado-no-y-el-popular-llamado-kabuki/>

COHEN, Katia. PICHIHUA, Sofía (2007) *El consumo del animé en Lima*. Lima: Facultad de Comunicaciones de la PUPC, recuperado el 5 de mayo de 2015, disponible en: <http://es.scribd.com/doc/88655632/Consumo-de-anime-en-Lima-Peru#scribd>

CONFORTI, Enzo (2013) *Descomponiendo Viñetas. Un análisis de la narrativa como especificidad compleja*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario, disponible en: http://www.academia.edu/5583496/Descomponiendo_Vi%C3%B1etas._Un_a%C3%A1lisis_de_la_narrativa_de_historieta_como_especificidad_compleja

DEGRANDI, Pablo (2010) “Análisis. El fenómeno en la Argentina” en *Komikku #9*, 11. Buenos Aires: Freakshow Press.

_____ (2010) “Cosplay, el origen de un fenómeno” en *Komikku #9*, 28-31. Buenos Aires: Freakshow Press.

DE LUCA, Ricardo E. (2012) “Las dos matrices de los ‘Eventos de Historieta’: redefiniciones de objetos y relaciones en torno a la historieta argentina” en *Viñetas serias, narrativas gráficas, lenguajes entre el arte y el mercado*, recuperado el 3 de septiembre de 2015, disponible en: http://www.vinetasserias.com.ar/2012/pdf/actas2012/Deluca_VS_2012.pdf

_____ (2014) “La historieta argentina desde la experiencia de lo cotidiano. Reflexiones sobre las modificaciones de consumo entre 1970-1990” en *Viñetas serias, congreso de historieta y humor gráfico. Actas 2014, Mesa: Historieta, mercado y consumos*,

recuperado el 8 de septiembre de 2015, disponible en:
<http://www.vinetasserias.com.ar/actas2014.html>

_____ (2014) “Pensar la historieta. Apuntes metodológicos para el estudio del grupo Woodiana”, ponencia presentada en el *XI Congreso Argentino de Antropología Social de la Facultad de Humanidades y Artes, UNR.*, recuperado el 8 de septiembre de 2015, disponible en: <https://es.scribd.com/doc/242006739/Pensar-la-Historieta-Apuntes-metodologicos-para-el-estudio-del-grupo-Woodiana-pdf>

DEL VILLAR MUÑOZ, Rafael (2003) “Análisis semiótico comparativo videoanimación americana/japonesa” en *Revista Comunicación y Medios #14*, recuperado el 4 de septiembre de 2015, disponible en: <http://www.icei.uchile.cl/comunicacionymedios/14rdelvillar.html>

_____ (2004) “Dibujos animados, videojuegos y nuevos procesos cognitivos” en *Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación*, recuperado el 6 de mayo de 2009.

DI COSTA, Eduardo (2007) “Lazer Night. La fiesta inolvidable” en *Lazer #41*, 43-47. Buenos Aires: Editorial Ivrea.

DI COSTA, Eduardo; VICENTE, Marcelo y otros (2006) “Megacómics '06” en *Lazer #1 Extra*. Buenos Aires: Editorial Ivrea.

FELDMANN, Stacey Lee (2015) “The story of cosplay” en *Strange Land Costuming*, recuperado el 25 de Agosto de 2015, disponible en: <http://www.strangelandcostumes.com/history.html>

GOBBI, Igor (2010) *Cosplay, el arte de disfrazarse*. Colección Manga Books #16, España: Asociación Cultural del Cómic Japonés.

GIUNTA, Néstor (2006) “Historia del cómic en Argentina: 1960-1970” en *Biblioteca Popular J.B.Alberdi*, recuperado el 2 de diciembre de 2015, disponible en: http://www.todohistorietas.com.ar/historia_argentina_3.htm

GUILLEN, Andrea (2015) “¿El primer cosplay? Descubierta fotografía grupal de Momotaro con más de 100 años” en *Tallon 4*, 29 de mayo de 2015, disponible en: <http://www.tallon4.com/2015/05/el-primer-cosplay-descubierta-fotografia-grupal-de-momotaro-con-mas-de-100-anos/>

HELENA (2015) “Etimología de Fanático” en *Dechile.org*, recuperado el 14 de junio de 2015, disponible en: <http://etimologias.dechile.net/?fana.tico>

HIKAWA, Ryosuke (2014) “Godzilla, la cultura del ‘tokusatsu’ y sus efectos especiales” en *Nippon.com*, 9 de julio de 2014, disponible en: <http://www.nippon.com/es/views/b04001/>

HUERGO, Federico (2014) “Fanzines argentinos de los ‘80 y ‘90: ¿Arte, mercado o ambas?” en *Viñetas serias, congreso de historieta y humor gráfico. Actas 2014, Mesa: Historieta, mercado y consumos*, recuperado el 8 de septiembre de 2015, disponible en: <http://www.vinetasserias.com.ar/actas2014.html>

JENKINS, Henry (2008) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

_____ (2009) *Fans, bloggers y videojuegos: la cultura de la participación*. Barcelona: Paidós.

_____ (2010) *Piratas de Textos: Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós.

KIMURA, Koji (2008) “Evolución Industrial en Japón. Reseña Histórica del diseño a cargo de Koji Kimura”, consultor del PND en *Ministerio de Economía y Finanzas Públicas* recuperado el 4 de octubre de 2009, disponible en: <http://www.mecon.gov.ar/sicym/plandise/Htm/Eventos.htm>

LIBARDI, César (2009) “Una reseña histórica” en *Leyendas 10 años. Edición especial aniversario*, 12-13. Rosario.

LIMONCHI, Lionel (2001) “Editorial. Balance hasta la fecha” en *Adamzine #8*, 2. Rosario.

LLINAS, Leonardo "Nishi" (2008) "Historia del cosplay. Origen, historia y demás yerbas" en *Lazer #50*, 46-50. Buenos Aires: Editorial Ivrea.

MACHADO, Carlos Alberto (2009) "Animencontros: o hibridismo cultural midiático como consequência do relacionamento na formação de novos costumes juvenis", ponencia presentada dentro del marco del XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, recuperado el 8 de diciembre de 2015, disponible en:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3480-1.pdf>

MARTINEZ, Inglaterra (2005) *El cosplay ante el derecho intelectual*. México D.F.: Universidad Autónoma de México.

MARTINEZ ALONSO, Germán (2012) "La revista Lazer y la masificación del animé" en Argentina en *Viñetas Serias, narrativas gráficas: lenguajes entre el arte y el mercado*, recuperado el 1 de noviembre de 2015, disponible en:

http://www.vinetasserias.com.ar/2012/pdf/actas2012/Alonso_VS_2012.pdf

MILLER, Ron (2013) "Was Mr. Skygack the First Alien Character in Comics?" en *IO9, We come to the future*, 19 de septiembre de 2013 disponible en:

http://io9.com/was-mr-skygack-the-first-alien-character-in-comics-53576089?dfp_pp_ab=on&dfp_desktop_three=off&utm_expid=66866090-43.E9Bjfd6NTuSIXJewu2e_lg.1

PERILLAN TORRES, Luis (2009) *Otakus en Chile*. Santiago: Universidad de Chile.

OBERTO, Leandro (Editor) (1997) "Editorial. Venerables damas y caballeros" en *Lazer #1*, 02. Buenos Aires: Editorial Ivrea.

_____ (1997) "La segunda oleada japonesa", tapa de *Lazer #1*. Buenos Aires: Editorial Ivrea.

_____ (1997) "Correo de lectores" en *Lazer #2*, 26-31. Buenos Aires: Editorial Ivrea.

OBERTO, Leandro, VICENTE, Marcelo y otros (2002) "Expocómics y Anime. Luces y sombras de 10 días ciclotímicos" en *Lazer* #25, 36-52. Buenos Aires: Editorial Ivrea.

OCHIAI, Kazuyazu (2006) "Introducción" en *El mundo maya: miradas japonesas*. 7-14. Yucatán: Universidad Autónoma de México.

RAYMOND, Adam K (2014) "75 Years Of Capes and Face Paint: A History of Cosplay" en *Yahoo! Movies*, 24 de julio de 2014, disponible en: <https://www.yahoo.com/movies/75-years-of-capes-and-face-paint-a-history-of-cosplay-92666923267.html>

RODRIGUEZ, E.J. (2012) "Ciencia Ficción: los orígenes (I)" en *Jot Down Cultural Magazine*, 10 de diciembre de 2012, disponible en: <http://www.jotdown.es/2012/10/ciencia-ficcion-los-origenes-i/>

ROMERO VARELA, Victoria A. (2007) "Cosplay, la construcción argentina de un fenómeno". Trabajo final para el *Seminario de Sociosemiótica de la Escuela de Comunicación Social de la UNR*, Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. Rosario.

_____ (2008) "Esbozos para un estudio sobre el cómic japonés (manga) y su composición a través del tiempo". Inédito.

PALAY, Sergio. (2014) "¿Qué significa ser un niño rata?" en *Internet, Deporte y Educación. Página personal de Sergio Palay*, 12 de noviembre de 2014, disponible en: <https://sergiopalay.wordpress.com/2014/11/12/que-significa-ser-un-nino-rata/>

PAPALINI, Vanina A. (2006) *Anime. Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

PÉREZ, Ricardo (2003) "Animegaparade II. I love the night life" en *Lazer* #30, 33-35, Buenos Aires: Editorial Ivrea.

PESQUER, Bárbara. (¿?) “Mujeres y humor: tendencias humorísticas en el manga” en *Dossiers feministas. Humor y mujeres, ¿lo pillas?* 135-151. Universitat Jaume

PLUNKETT, Luke (2014) “Where The Word ‘Cosplay’ Actually Comes From” en *Kotaku*, publicado el 10 de noviembre de 2014, disponible en: <http://kotaku.com/where-the-word-cosplay-actually-comes-from-1649177711>

TAKANO, Yoshimitsu (2006) *Paseo por Akihabara*. Madrid: Medea Ediciones.

SÁNCHEZ, Alejandro (2015) “Marvel Comics anuncia portadas alternativas de Cosplay para octubre” en *Espacio Marvelita*, publicado el 22 de agosto de 2015, disponible en: <http://www.espaciomarvelita.com/2015/08/22/noticias-usa/marvel-comics-anuncia-portadas-alternativas-de-cosplay-para-octubre/>

SCOLARI, Carlos (1999) “Fantasma en la página, el imperio de los mangas” en *Historietas para Sobrevivientes. Cómic y cultura de masas en los años 80*. 107-123. Buenos Aires: Ediciones Colihue.

SEPÚLVEDA PARÍS RAMIREZ, Diana “Saori Luna” (2009) “Hacer cosplay vs. Ser cosplayer” en *Saori Luna Deviantart*, recuperado el 6 de diciembre de 2009, disponible en: <http://noticias.deviantart.com/art/Hacer-cosplay-vs-Ser-cosplayer-144696189>

SERRANO, Fernando (2013) “Intervención en La Mole ComicCon 2013” en *Fernando Serrano, el remix festivo de las imágenes*, publicado el 4 de agosto de 2013 disponible en: <https://fernandoserranop.wordpress.com/2013/08/04/accion-en-la-mole-de-verano/>

SOIFER, Alejandro (2012) *Que la fuerza te acompañe*. Buenos Aires: Marea Ediciones.

VALDERATTO, Sandra (2015) *Epistemología de la Comunicación: una mirada crítica*. Rosario: UNR Editora.

VELAZCO, Federico (2010) "Análisis. Evolución del Animé en la TV Argentina" en *Komikku #9*, 21. Buenos Aires: Freakshow Press.

_____ (2010) "Análisis. Evolución de los eventos" en *Komikku #9*, 15. Buenos Aires: Freakshow Press.

VICENTE, Marcelo (2002) "Ghosth Sweeper Mikami. Aceptamos Patacones..." en *Lazer #25*, 64-66. Buenos Aires: Editorial Ivrea.

_____ (2003) "Saint Seiya. Cuando los santos (y esta revisa) siguen choreando" en *Lazer #31*, 10-23. Buenos Aires: Editorial Ivrea.

_____ (2007) "Animebash´06. Córdoba Mon-Amour" en *Lazer #41*, 48-49. Buenos Aires: Editorial Ivrea.

VIDAL PÉREZ, Luis (2010) *El animé como elemento de Transculturación. El caso Naruto*. Universidad Cesar Vallejo: Lima. Disponible en: <http://myslide.es/documents/consumo-de-anime-en-lima-peru.html>

YATA, Yumiko (2012) "El papel del manga como cultura" en *Nippon.com* publicado el 31 de mayo de 2012, disponible en: <http://www.nippon.com/es/views/b00802/>

Entrevistas y material audiovisual:

Altuna, Horacio –Conferencia de prensa en el marco de Crack Bang Boom 6, audio propio (14/08/2015)

Bertola, Ana –Entrevista propia (06/08/2015)

Blanco, Ezequiel "Eze Lía" –Entrevista propia (30/10/2015)

De Luca, Ricardo E. -Entrevista propia (25/09/2015)

Estrada, Ezequiel –Entrevista propia (14/06/2015)

Libardi, César -Entrevista en el programa Tierra de Fans (02/09/2015), disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=tvHA7PPB7uA>

Ponce, Laura –Entrevista propia (26/09/2015)

Risso, Eduardo –Entrevista en el programa Tierra de Fans (08/06/2015), disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=HkiE-APc96A>

“Superhéroes una batalla interminable”, documental disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=gp7TTf5s_O8

Video del concurso de cosplay de Expocómics y anime – Filmación propia (25/11/2001)

“¿Y si prueban con laburar?” Informe programa *Bendita TV*, (21/07/2010) disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=ApVrTAUTfoo>

Índice fotográfico carátulas:

I –Carátula

Fotógrafo: *Débora Gallardo Lezcano*

Cosplayer: *Vicky Yun Kamiya*

Personaje: *Peggy Carter (de la serie de TV Marvel´s series: Agent Carter)*

II –Capítulo 1 (página 1)

Fotógrafo: *Gustavo Zicre*

Cosplayer: *Vicky Yun Kamiya*

Personaje: *Jun Tao (del manga Shaman King)*

III –Capítulo 2

Fotógrafo: *Gabriel Díaz*

Cosplayer: *Ana Bertola*

Personaje: *Harley Quinn (del videojuego Batman: Arkham Knight)*

IV –Capítulo 3

Fotógrafo: *sin información*

Cosplayer: *Giorgia Vecini*

Personaje: *Luna versión humana (del animé Sailor Moon)*

V -Capítulo 4

Fotógrafo: *Juan Pablo Ojeda*

Cosplayer: *Mai Lingenfelder*

Personaje: *Blair (del animé Soul Eater)*

VI –Capítulo 5

Fotógrafo: *One Shooter*

Cosplayer: *Eze Lia*

Personaje: *Severius Snape (del film Harry Potter y la piedra filosofal)*