



**Casa abierta al tiempo**

Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Iztapalapa

División de Estudios de Posgrado

Programa de posgrado en Estudios Organizacionales

*La importancia del campo organizacional en las modalidades de organización de una tribu urbana. El caso de los cosplayers en la Ciudad de México.*

TESIS

Que para obtener el grado de:

Maestra en Estudios Organizacionales

Presenta:

Lic. Georgina González Rodríguez

Director de Tesis:

Dr. Luis Montaña Hirose

**Resumen.**


La presente investigación es un trabajo que comprende la revisión no sólo teórica conceptual de los cosplayers de la Ciudad de México desde una perspectiva organizacional. Es un proyecto cuyo objetivo es describir y analizar a los cosplayers, y su proceso organizado desde su campo organizacional, complementando la información al explicar la relevancia del anime y manga en los cosplayers y su campo organizacional.

Palabras Clave: Cosplayers, proceso organizado, campo organizacional, anime y manga.

**Abstract.**

This research is not only a conceptual and theoretical review; it includes a field research about Mexico City's Cosplayers from an organizational perspective. It is a project which aims to describe and analyze the organizing and organizational field from the cosplayers, complementing the information at explaining the relevance of anime and manga to the cosplayers and the organizational field.

Keywords: Cosplayers, organizing, organizational field, anime and manga.



  
Casa abierta al tiempo  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA


**ACTA DE EXAMEN DE GRADO**  
No. 0092  
Matrícula: 214280022

LA IMPORTANCIA DEL CAMPO ORGANIZACIONAL EN LAS MODALIDADES DE ORGANIZACION DE UNA TRIBU URBANA. EL CASO DE LOS COSPLAYERS EN LA CIUDAD DE MEXICO.

En la Ciudad de México, se presentaron a las 15:00 horas del día 23 del mes de noviembre del año 2016 en la Unidad Ixtapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

DR. LUIS MONTAÑO HIROSE  
DRA. REBECA DEL PINO PEÑA  
DRA. MARCELA VICTORIA RENDON COBIAN

  
  
GEORGINA GONZALEZ RODRIGUEZ  
ALUMNA

REVISÓ  
  
LIC. JULIO CÉSAR DE LARA ISASSI  
DIRECTOR DE SISTEMAS ESCOLARES

Bajo la Presidencia del primero y con carácter de Secretaria la última, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRA EN ESTUDIOS ORGANIZACIONALES  
DE: GEORGINA GONZALEZ RODRIGUEZ

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

Aprobar

Acto continuo, el presidente del jurado comunicó a la interesada el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

DIRECTORA DE LA DIVISION DE CSH  
  
DRA. GEORGINA LOPEZ GONZALEZ

PRESIDENTE  
  
DR. LUIS MONTAÑO HIROSE

VOCAL  
REBECA DEL PINO  
DRA. REBECA DEL PINO PEÑA

SECRETARIA  
  
DRA. MARCELA VICTORIA RENDON COBIAN

## **Agradecimiento.**

A la Universidad Autónoma Metropolitana.

Dr. Arnulfo que me consideró un buen elemento académico digno de continuar una línea de investigación como lo es la animación japonesa dentro del campo de las organizaciones.

Mtro. Santibañez por informarme de la existencia del Posgrado en Estudios Organizacionales, así como sus palabras de aliento y comentarme sobre la estancia de investigación en el extranjero.

Dr. Luis Montaña Hirose.

*Por su apoyo, enseñanza, asesoramiento, guía, por ser un excelente profesor y reitero el agradecimiento de que sea el director de esta tesis.*

Posgrado en Estudios Organizacionales (Alejandra & Rosalba); Dr. Antonio Barba Álvarez, Dr. Oscar Lozano Carrillo, Dra. Marcela Victoria Rendón Cobián, Dra. María del Rocío Pérez Rosas, Dr. Alejandro Espinosa Yáñez, Dr. Guillermo Javier Rolando Garduño Valero, Dr. Ayuzabet De La Rosa Alburquerque, Dr. Guillermo Ramírez Martínez, Dr. Julio Goicoechea Moreno.

Por su enseñanza.

A CONACYT por su apoyo en realizar una estancia de investigación en el extranjero con la modalidad de Beca Mixta y apoyo en los dos años de maestría, así como a COVIA por el apoyo complementario.

A Tsuda College [ 津田塾大学]

Por el excelente apoyo en todo el proceso de la estancia; al Centro Internacional [国際センター], Presidenta Mari Kunieda por su amable bienvenida y los miembros de Fureai Network [ふれあいネットワーク] por su invitación en actividades extracurriculares.

Departamento de Estudios Internacionales y Culturales; Dr. Misawa Takehiro por su asesoría y apoyo en el tema de investigación, Dr. Chris Burgess por ayudarme a entender mejor la sociedad japonesa, Dra. Kimura Saeko por sus conocimientos en cultura de Japón, a los profesores titulares e invitados de la universidad.

Plump Garden por su ayuda en el proceso de adaptación a una cultura que es diferente a la de México, al grupo de Language Exchange, en el que no sólo me ayudó a entender sobre México-Japón, si no saber de perspectivas diferentes de otros estudiantes provenientes de Alemania, Filipinas, China, y Estados Unidos.

Karei Tamura por ser mi “big sister” y Terauchi Mizuki.

Por ayudarme en el proceso de adaptación, gran trato.

En general a todas las estudiantes que fueron mis compañeras y guías en mi investigación en Japón.

A mis compañeros de Maestría, por el tiempo compartido.

A la Academia Tokiyo Tanaka, y sus profesores.

A Uraneo, Manuel Cabrera, y los/las cosplayers cuya participación es relevante en este proyecto.

**Dedicatoria:**

A mis padres.

José González Ramírez

Tomasa Rodríguez Arenas

Son mi base, y hogar.

A mi hermano.

José Ismael González Rodríguez

## Tabla de contenido

Introducción .....	11
1. Marco Conceptual .....	15
1.1. Cultura.....	15
1.2. Subcultura .....	19
1.3. Anime .....	20
1.3.1. Historia .....	20
1.3.2. Producción de anime. ....	22
1.4. Manga .....	28
1.5. Tribu Urbana .....	32
1.6. Clasificación de Tribus Urbanas.....	34
1.6.1. Visual Kei.....	35
1.6.2. Oshare Kei.....	36
1.6.3. Lolita Gótica .....	37
1.6.4. Cosplayer .....	39
1.6.4.1. División interna de los cosplayers.....	42
1.7. Organización y organizing .....	48
1.7.1. Proceso organizado y sensemaking.....	51
1.7.2. El proceso de organizing (organizado) en los EO .....	53
1.8. Campo Organizacional .....	54
1.9. Referentes Institucionales .....	55
1.9.1. Lógica Socioeconómica .....	55
1.9.2. Lógica de mercado.....	58
1.9.3. Lógica cultural .....	59
2. Planteamiento y delimitación del problema .....	60
2.1. Problema de Investigación .....	60
2.1.1. Delimitación de la investigación.....	61
2.2. Esquema de la investigación.....	62
2.3. Preguntas de investigación.....	62
2.4. Objetivo de Investigación.....	63
2.5. Marco metodológico.....	64
2.6. Diseño de investigación.....	65

2.7.	Dimensiones y sus categorías.....	66
2.8.	Estrategia metodológica de investigación.....	65
3.	Estudio de Caso.....	66
3.1.	Primer Nivel del Campo Organizacional - Convenciones.....	67
3.1.1.	TNT.....	67
	Director Principal.....	73
	Directores secundarios.....	74
	Colaboradores.....	74
	Organizaciones.....	75
	Inversión.....	76
	Logística.....	76
	Políticas de la TNT.....	76
3.1.1.1.	Posmodernidad y Sociedad.....	80
3.1.2.	Lógica Familiar y Social.....	86
3.1.3.	J'Fest.....	90
3.2.	Segundo Nivel del Campo Organizacional - Bazar del entretenimiento y el videojuego.....	91
3.2.1.	Maid-Café en Japón.....	93
3.2.1.1.	Descripción de un Maid Café.....	94
3.2.1.2.	Estructura del Maid Café.....	95
3.2.1.3.	Normatividad.....	96
3.2.1.4.	Estructura física del local.....	96
3.2.1.5.	Recursos Humanos de Maid-Café.....	99
3.2.1.6.	Roles laborales dentro de Maid-Café.....	99
3.2.1.7.	Estructura de Maid-Dreamin.....	101
3.2.2.	Maid-Café México.....	104
3.3.	Tercer Nivel del Campo Organizacional - Academia Japonesa Tokiyo Tanaka	105
3.4.	Salidas Informales.....	108
3.5.	Redes sociales.....	109
3.5.1.	Confección de la vestimenta.....	110
4.	La relevancia del anime en el campo organizacional de los cosplayers.....	111
4.1.	Akihabara.....	119
4.2.	Shibuya.....	122



La importancia del campo organizacional en las modalidades de organización de una tribu urbana.  
El caso de los *cosplayers* en la Ciudad de México.

---

4.2.1. Dos de noviembre 2015.....	125
4.2.2. Nakano Broadway.....	126
Reflexiones Finales .....	129
ANEXOS .....	131
GLOSARIO .....	131
Bibliografía.....	138

## Tabla de Ilustraciones

IMAGEN 1 – HIKARU MIYOSHI, SHŪEISHA ©, UROBUCHI GEN, PRODUCTION I.G. ©	23
IMAGEN 2 – HIDEAKI SORACHI, SHŪEISHA© & SUNRISE©	27
IMAGEN 3 – OBATA TAKESHI, SHUESHIA © & J.C. STAFF ©	32
IMAGEN 4 – VERSAILLES, SHEROW ARTIST SOCIETY© & WARNER MUSIC JAPAN©	35
IMAGEN 5 – FOTOGRAFÍA DE MARIANO VÁZQUEZ FREIJE	37
IMAGEN 6 – FOTOGRAFÍA DE CHIBI MONSTER	42
IMAGEN 7 – ENDLESSNIGHTS & ONE RING CIRCUS, GIMLI-LORD OF THE RINGS, COSPLAY.COM, LLC.©	43
IMAGEN 8 – FOTOGRAFÍA: ELIZABETHALLICE & VINICIUS TAVARES	44
IMAGEN 9 – ANIME NORTH 2012, FOTOGRAFÍA DE KURAUDO S. 310322094	45
IMAGEN 10 – FOTOGRAFÍA PROPIA	46
IMAGEN 11 - FOTOGRAFÍAS PROPIAS	91
IMAGEN 12 – FOTOGRAFÍA DE MAIDREAMIN©	93
IMAGEN 13 - MAPA DE TOKIO, CORTESÍA DE LA ESTACIÓN DE INFORMES DEL TREN EN TOKIO.	114
IMAGEN 14 – FOTOGRAFÍA PROPIA	115
IMAGEN 15 – FOTOGRAFÍAS PROPIAS	121
IMAGEN 16 – FOTOGRAFÍA PROPIA	122
IMAGEN 17 - FOTOGRAFÍA PROPIA	123
IMAGEN 18 – FOTOGRAFÍA PROPIA	124
IMAGEN 19 – FOTOGRAFÍA GOSHIGO	126
IMAGEN 20 – FOTOGRAFÍA PROPIA	127
IMAGEN 21 – FOTOGRAFÍA PROPIA	128

## Tabla de Esquemas

ESQUEMA 1 – ELABORACIÓN PROPIA BASADA EN INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR ANIME NETWORKS (2015).	26
ESQUEMA 2 – ELABORACIÓN PROPIA EN BASE DE INFORMACIÓN PROPORCIONADA POR EL MUSEO INTERNACIONAL DE MANGA EN KYOTO (2015).	31
ESQUEMA 3 - ELABORACIÓN PROPIA EN BASE BARBA (2014).	53
ESQUEMA 4 – ELABORACIÓN PROPIA	62
ESQUEMA 5 – ELABORACIÓN PROPIA	65
ESQUEMA 6 – ELABORACIÓN PROPIA	66
ESQUEMA 7 – ELABORACIÓN PROPIA	65
ESQUEMA 8 - ELABORACIÓN PERSONAL EN BASE DE ENTREVISTAS	71
ESQUEMA 9 - ELABORACIÓN PERSONAL EN BASE DE ENTREVISTA.	72
ESQUEMA 10 – ELABORACIÓN PROPIA EN BASE DE LA OBSERVACIÓN DE CAMPO.	100
ESQUEMA 11 - ROL LABORAL DE LOS EMPLEADOS (ELABORACIÓN PROPIA)	102
ESQUEMA 12 - FUNCIONES LABORALES DE UNA MAID (ELABORACIÓN PROPIA)	103
ESQUEMA 13 – ELABORACIÓN PROPIA	118

## Introducción

La posmodernidad es la etapa en que se desquebraja la sociedad ante los constantes cambios tecnológicos y globales, se deja la industrialización y otras formas de producción para enfrentar el reto de estar inmersos en una sociedad de conocimiento. No es suficiente la fuerza de trabajo obrero de la que habla Marx, si bien no se ha extinguido y es perenne, ahora es necesario el impulso de investigaciones en áreas de desarrollo científico, así como tecnológico y social.

Bauman habla de la modernidad líquida, otro nombre con el que se conoce a la posmodernidad, es decir, es cambiante, no da seguridad al individuo y causa estragos en la estabilidad existencial del mismo (Béjar, 2007); los Estudios Organizacionales (EO) se ubican en la temporalidad de la crítica a lo establecido y busca nuevas formas de explicación con relación a la organización, ya sea forma y objeto de la misma. En el mundo cambiante que exige no sólo a los individuos, sino a los teóricos e investigadores buscar descripciones, explicaciones y análisis de las diferentes realidades de la sociedad, en donde las organizaciones existen diariamente y se encuentran en todos lados (Etzioni, 1964).

La posmodernidad en la actualidad conlleva al surgimiento de un proceso de transculturización. En la cultura organizacional se percibe lo mismo, ya que los símbolos, usos y costumbres cambian dependiendo su contexto nacional y regional. Si la sociedad cambia dependiendo de la cultura, e igual las organizaciones, los individuos son vulnerables también a esos cambios.

Es entonces que el cosplayer –sujeto de estudios– sufre un cambio transcultural en donde convergen dos culturas. La nacional, que se adopta por el individuo desde su integración en diferentes organizaciones e instituciones y la que se importa por medio de programas o revistas, en el caso actual el medio es el manga<sup>1</sup> y anime<sup>2</sup> creando una hibridación cultural en el individuo (Canclini, 1997).

---

<sup>1</sup> Se define la palabra “manga” como referente de la historieta japonesa.

<sup>2</sup> Anime es el nombre con el que se llamará a la animación japonesa en este documento.

El objeto y sujeto de estudio se describe y analiza desde la investigación cualitativa, denotando “procesos de tipo: constructivo y subjetivo” (Quecedo & Castaño, 2002). Abordando en su fase inicial, el tema de la identidad, organizing y el campo organizacional que influye en la forma de organización de los cosplayers.

El término cosplayer, Romero (2011) lo define del inglés; proviene de la abreviación del inglés *costume* y *player* es decir aquel que juega un rol en un disfraz, en otras palabras, un cosplayer es el actor social que representa un personaje, es decir, realizan un performance de un ente animado, ya sea dibujado, o una representación de un ser imaginario creado en un libro, película o historieta.

Existen diferentes categorías de cosplayers, las cuales se describen en los apartados posteriores para un mejor entendimiento de un tema poco investigado en México, si bien existen referentes teóricos desde la estética, sociología, antropología y psicología, no es así el estudio desde un enfoque organizacional.

Los Estudios Organizacionales al ser un área que hace uso de otras disciplinas en ciencias sociales, permite el estudio organizacional de una tribu urbana, importando conceptos de la sociología, y otros campos del conocimiento con el fin de realizar un estudio desde la perspectiva organizacional sobre el proceso de “organizing” en los cosplayers. Estudiando no una organización formal, sino analizar una organización informal como lo es una tribu urbana por medio de conceptos flexibles que sólo otorga un campo de conocimiento como lo son los Estudios Organizacionales, de ahí se desprende no sólo el organizing, también – como se mencionó- el análisis de un campo organizacional que rodea a la tribu de cosplayers.

De lo anterior se aclara que la organización de los cosplayers no puede basarse en una estructura ya establecida como lo es la burocrática u otro tipo de estructura a causa de que no existe como una organización formal, es decir, no se encuentra registrada legalmente, y aunque existen modelos para organizaciones informales, al ser una tribu urbana, tiene un proceso diferente de organización. De igual forma, no se considera una comunidad al no existir en un lugar determinado de reunión y

vivienda, sin embargo, está ahí, conformada por un conglomerado de individuos cuando se les convoca, no como los movimientos sociopolíticos cuya función específica es la de manifestarse y/o cumplir los objetivos de la organización a la que pertenecen los individuos, que regula sí mismo su comportamiento, de igual forma no es un grupo social, porque si bien tienen un objetivo común y son un grupo de individuos, no tienen una forma de organización establecida que requiera un fin específico a partir de objetivos acordados, tampoco se mide a base de un perfil sociodemográfico, en relación a lo anterior, el término “tribu urbana” es el más idóneo en relación a su definición teórica.

Los *cosplayers* son fanáticos y admiradores de constructos imaginarios que son representados en los disfraces usados, confeccionados y el performance que requiere el rol de cierto personaje. Se organizan de forma diferente a lo ya establecido, encontrándose en los “no lugares” (Auge, 2000). Si bien, son realmente lugares de reunión puesto que existen físicamente, Auge los define no lugares al carecer de estabilidad como punto de encuentro, es decir, son lugares como centros comerciales, plazas, convenciones, el transporte público, y los parques, que pueden ser frecuentados consecutivamente y sin embargo no son de uso diario para un mismo individuo.

Los *cosplayers* por lo anterior no pueden ser considerados como una anarquía organizada debido a que no tienen una meta que cumplir más allá de satisfacer su deseo de representar a un personaje, en ese sentido, es una forma de organización hedonista que se basa en la satisfacción de sus deseos simbólicos, en los que existe en un lugar esporádico como lo es una convención, siendo la última una organización que si existe de manera eventual, creada por fans para fans, y que se ha desarrollado con fines de lucro en años recientes.

Reiterando entonces que el área del conocimiento que permite entender la forma de organización y diseño de cómo se organizan los *cosplayers*, no es la sociología o la psicología, sino los estudios organizacionales en base al organizing es decir la organización (proceso) que se lleva a cabo a través de un campo institucional que rodea a los *cosplayers*. En otras palabras, son las organizaciones establecidas,

registradas que otorgan una identidad y reconocimiento a una tribu urbana e interactúa en base a diferentes lógicas institucionales.

El primer capítulo comprende la revisión teórico-conceptual que permiten el entendimiento del objeto de estudio, retomando –como los Estudios Organizacionales lo hacen- algunos términos de otras disciplinas, y propios del estudio de las organizaciones para construir un lente que al enfocarlo permite el estudio de caso desde la perspectiva organizacional.

El segundo capítulo plantea la problemática y describe la metodología utilizada en la investigación, haciendo uso de referencias cualitativas para explicar el por qué es necesario comprender el organizing y el campo organizacional de los cosplayers desde una perspectiva organizacional y cualitativa. De igual forma se describe el diseño de la investigación con gráficos que permiten la comprensión de las dimensiones de estudio que abarca la investigación desde el proceso organizacional, finalmente se refuerza el primer capítulo con el apartado final del segundo en donde se presenta la estrategia de investigación de la información.

El tercer capítulo describe, qué son los cosplayers, sus actividades, cultura, costumbres, forma de organizarse, y relación con las diferentes organizaciones que le rodean, es decir, su organizing y campo organizacional en México

El cuarto capítulo es un apartado complementario del tercero que permite entender mejor el tema de investigación al explicar la relevancia del anime proveniente de Japón en los cosplayers.

El cuarto capítulo finalmente cierra con las reflexiones y aportes sobre el tema, y resumiendo su relevancia en el análisis de los Estudios Organizacionales.

## 1. Marco Conceptual

La cultura difiere en relación con el país, también se tiene una subcultura, grupos, tribus urbanas y organizaciones. En sociología, el concepto subcultura y tribu urbana se utiliza indistintamente, no obstante, en estudios organizacionales el término tribu urbana no existe, originalmente es un concepto acuñado de la antropología, y para fines de entender cómo se organiza el objeto de estudio, es relevante importar y explicar qué es una tribu urbana en los EO.

Los *cosplayers* a estudiar provienen de la clasificación anime-manga que se explica en el apartado 1.7, originario de Japón, después del movimiento *cool japan* cuya premisa política es “exportar la cultura popular” (Casey, 2013, p. 385) en donde la autora parafraseando a Ney (2004), afirma que es una política de obtener lo deseado sin coerción.

### 1.1. Cultura

La cultura es un término vasto que se define de diversas formas dependiendo la disciplina a la que pertenezca y el enfoque. Existen organizacionólogos que la definen, es prudente comenzar con Geertz (2005), definiendo la cultura “no como una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones” (p. 20) en donde su “análisis consiste pues en desentrañar las estructuras de significación” (p. 24). La cultura es entonces el dar sentido de tradiciones, usos de señas, lenguaje, o cualquier forma u objeto al que se le otorgue un símbolo con significante y significado.

La interpretación por parte del investigador debe de estar sujeta a la objetividad del mismo, y eso sólo se puede dar al estar consciente de la subjetividad propia. Lo anterior se menciona en relación al análisis comparativo de la colectividad e individualismo retomado de Hofstede, es decir, la cultura es aquella herramienta que permite analizar a través del investigador los simbolismos y comportamiento

de los individuos dentro de las organizaciones con el fin de explicar y entender los mismos, así como el funcionamiento de la organización en diferentes contextos culturales. De esta manera se puede entender porque en las organizaciones se tiene un significado al uso de tradiciones para generar un ambiente determinado. Lo que permite reafirmar y a su vez retomar las ideas de Smirich (1983), Schein (1997) y Deal & Kennedy (1985), que la cultura es determinada por la estructura y el medio ambiente, las tradiciones (ritos y rituales), el lenguaje, el plano interno y externo del individuo, es decir el subconsciente-consciente, así como los valores, y las reglas dentro de las organizaciones y alrededor de las mismas. Mientras que Chanlat (1994), agrega que el factor humano dentro de la organización se define por sus pensamientos, deseos, y su espacio-tiempo determinado, así como a las condiciones globales geográficas y socioeconómicas a las que pertenece.

La cultura desde lo organizacional es “una designación colectiva que está orientada hacia una cultura en una organización como un todo.” (Alvesson & Bergt, 1992, p. 67) Sin embargo, los *cosplayers* al no ser parte de una organización formal, sino de una tribu urbana, su cultura es aquella que tiene los artefactos y usos del lugar al que pertenecen, de ahí la relevancia del termino en su generalidad, para Castro, Garza y Ortiz (2014) retoman a Tierney (1988) y a Deshpandé y Webster, (1989); la cultura organizacional [son] interrelaciones, tradiciones, valores, y dogmas que informalmente ayudan al funcionamiento de la organización. En consecuencia, la forma de medición es el lenguaje, y los simbolismos dentro de la organización, es decir, el comportamiento de los *cosplayers* en los lugares de reunión que si son organizaciones y de ahí que el individuo crea su “yo” dentro de las mismas.

Castells (1999) define el concepto de identidad en los actores, entendiendo que:

Por identidad en lo referente a los actores sociales, entiendo el proceso de construcción en sentido atendiendo a un atributo cultural, o conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de



las fuentes de sentido aún no determinado o un actor colectivo puede haber una pluralidad de identidades (p. 28)

Midiendo entonces la identidad desde sus pautas de comportamiento, y su campo organizacional desde las diversas organizaciones que concurren en la organización de los eventos de reunión de los *cosplayers*, como son la TNT, y J'Fest. El problema de investigación se enfoca desde la dimensión posmoderna, haciendo uso de la cultural para explicar algunos artefactos simbólicos, en relación individuo-organizing-campo organizacional, proyectando analizar la información que puede proveer una convención de *cosplayers*, o las plazas en las que se reúnen como aporte al análisis de organizaciones no formales, así como al estudio de esa tribu desde una perspectiva no abordada.

Es decir, el fenómeno a estudiar puede ser visto desde diversas perspectivas, siendo la escogida para su estudio, la organizacional que explica el campo de organizaciones al que pertenece el individuo y su pluralidad cultural, que a su vez mantiene al individuo en una crisis de la posmodernidad, cambiando no su identidad, sino sus roles sociales.

Castells (1999) conceptualiza la globalización y la sociedad de red, así como la identidad colectiva, siendo estos determinados por su sentido simbólico, “siendo una sociedad de disyunción que delimita el sentido de las identidades {se denomina a la identificación simbólica del actor sobre el objeto}, y los roles las funciones de la acción”. (p. 29) Siendo entonces la identidad consecuencia de diversos procesos de intercambio cultural entre las organizaciones, en el actual estudio, la reformulación de la identidad se da de forma tácita a través de los simbolismos dentro de los constructos imaginarios planteados en el manga o anime. Giddens a su vez afirma que “la modernidad {y ahora posmodernidad} quiebra el marco protector de la pequeña comunidad y de la tradición, sustituyéndolas por organizaciones más amplias e impersonales”. (Giddens, 1995, p. 50) Lo anterior presupone que no solamente la cultura de un país es internalizada, sino la de la globalización también.

A su vez, el lenguaje es una forma latente simbólica de la identidad y pertenencia, aludiendo entonces que, dependiendo del idioma y de su cultura, las locuciones son el 'medio' (Pearce, 1994) por el cual se crea una infraestructura para la comunicación. De lo anterior se derivan los vocablos utilizados por ciertos individuos dependiendo de la organización a la que pertenecen, identificando al mismo tiempo su 'yo' del 'otro' y reafirmando su rol en la organización.

Por lo tanto, se puede decir que, el desarrollo de la animación y el estilo dependen del espacio-tiempo en el que se desarrolla la misma. Bourdieu (2000) enfatiza en que el poder simbólico reside en los "sistemas simbólicos" más no son la estructura sino una estructuración que construye una realidad sobre el sentido inmediato del mundo social. Símbolos utilizados en la "integración social" para la comunicación de su integración lógica y moral. Pearce (1994) al hablar del lenguaje, afirma que la función primaria de este es la de construir mundos humanos, es decir, el lenguaje no sólo es una expresión cultural de cierta sociedad sino una construcción social de la misma. Utilizando lo anterior, se reformula una parte de la política japonesa, implementando el manga por medio del *cool japan*<sup>3</sup>, dado que la remuneración del manga y anime es una parte importante del PIB en Japón, mientras que al mismo tiempo promueve la cultura de Japón al exterior.

La cultura -como se ha visto- varía de país en país, así como hay niveles de poder entre los países, dentro de ellos y sus organizaciones, desde el nivel de educación, hasta la clase social, el lugar de trabajo, la familia, las ideas; en donde a partir de un análisis de diversos casos, ve la colectividad, individualidad, distancia, y comportamiento en los individuos dependiendo del ambiente y sus circunstancias;

---

<sup>3</sup> Daliot-Bul menciona en el artículo *Japan Brand Strategy: The Taming of 'Cool Japan' and the Challenges of Cultural Planning in a Postmodern Age*; que el *Cool Japan* es una consecuencia del declive de la economía en Japón, ante la falta de competitividad, en el año 2002 se anuncia la política de exportación cultural, difundándose a la través del anime y manga. Consecuentemente su éxito se vuelve un modo de poder simbólico. No obstante, en la actualidad (2016), Japón se encuentra en una crisis de producción animada a falta de ideas nuevas y atractivas, de ahí que diversas universidades como la de Kioto y Waseda se encuentran profesores-investigadores estudiando el porqué del declive de la animación para una vez resuelto, impulsar nuevamente la industria del anime.

partiendo entonces un análisis cultural, (y de género), la diferencia entre el comportamiento femenino y masculino dependiendo la sociedad, sus tradiciones o su modernidad, así como el rol social dentro de las organizaciones (Hofstede,1997).

La cultura permite entender por medio de lo anterior descrito, a las organizaciones ya sea en sus elementos internos como al medio ambiente que lo contextualiza, así como los individuos pertenecientes a las mismas, y da la oportunidad al organizacionólogo de estudiar y entender a las organizaciones desde una perspectiva humana y abierta, diferenciada del método positivista al que el investigador estaba acostumbrado, sin dejar de lado la estructura y el funcionamiento de las organizaciones, pero que sí permite entender que el humano no es una máquina, y por tanto la cultura influye en él y a su vez en las organizaciones a las que pertenece .

## 1.2. Subcultura

La subcultura, se define por las prácticas y estilo del grupo que plasma lo anterior en su realidad social. También el término subcultura ha sido usado como sinónimo de tribus urbanas en varias ocasiones, sin embargo, cabe mencionar que, aunque la subcultura está –como su nombre lo dice –por debajo de la cultura rigente en determinado espacio-tiempo, influye en mayor o menor medida en los individuos que pertenecen a ella. Sí se aplica a la “subcultura del anime y manga” lo anterior, supone entonces que al tiempo en que en Japón (país donde se origina el anime y al manga) no es ya sólo una subcultura, sino una expresión cultural, momentáneamente en México puede aún ser catalogada con esa etiqueta; pues bien, las diferencias culturales, ideológicas y tradiciones entre Oriente y Occidente aún son bastas, a pesar de la globalización y transculturación que ese fenómeno origina. No obstante, para entender mejor qué son los *cosplayers*, se retoma la observación de campo, y algunos textos para definir los conceptos principales que permiten al investigador a entender el tema.

### 1.3. Anime

El anime no es el punto central de la investigación, sin embargo, importante su explicación para entender el tema a tratar. Los cosplayers, así como la forma de organización de los mismos se basa en aquellos cosplayers cuya conexión se centra en la categoría de cosplayers que realizan un performance basado en algún personaje de anime y/o manga. Es entonces que la explicación y relación de anime-cosplayer es relevante en el tema de investigación, ya que, si no se entiende qué es el anime y cuál es su relevancia e impacto en una sociedad como lo es la japonesa, no sé puede entender el por qué es relevante manifestar el fanatismo de una persona al disfrazarse.

Se debe entender que su palabra se encuentra en discusión de sí su procedencia es francesa o inglesa, pues bien puede ser “*animation*” de animación, o del francés “*anime*” que significa anima, en otras palabras; *anime* es un término dado a los objetos inmóviles cuya ilusión óptica de movimiento crea en el espectador el espejismo de ‘vida’, creando una fantasía de vida. De las diferentes animaciones en los distintos países, se han creado subculturas, una de ellas es la de anime-manga, cuya derivación son los cosplayers que es el objeto de estudio.

El proceso de animación proviene de secuencias de dibujos llamadas *cells* o celuloide, es importante su mención, ya que, detrás de la subcultura otaku se encuentra un proceso de elaboración tanto de anime como de manga, el cual se explica en las siguientes líneas, así como su desarrollo histórico.

#### 1.3.1. Historia

La animación como se conoce inicia con la era industrial y el desarrollo tecnológico que abrió las puertas a la creación de nuevos aparatos, sin embargo, hablar de animación, es hablar de gráficos, trazos, líneas, dibujos, de arte secuencial, y a su vez de los instrumentos y/o técnicas para lograr producir el

movimiento y expresiones que se ven en la pantalla, no obstante, sí bien es necesario indagar en el enfoque artístico, no es el eje de esta investigación, sino la básica necesidad de entender la animación para así poder comprender como es que es una expresión cultural del anime se encuentra en la posmodernidad.

La animación en América –a pesar de ser un mismo continente– difiere entre países, es decir; México desarrolló su propio estilo de dibujo, un ejemplo que hasta hoy es conocido, es Memín Pinguín (Jornada, Julio 2005), personaje creado por Yolanda Vargas Dulché en la década de 1940, sin embargo, para ese entonces en los Estados Unidos o Argentina, y en Asia (Japón), también se había desarrollado de forma diferente.

En un artículo de la revista *Animotion* (2004) Javier Barriopedro realiza una concisa reseña sobre los orígenes de la animación, definiendo así que la animación es dar un efecto de movimiento a los objetos inanimados, además de resumir la diversa historia de la animación. Refiriendo el renacimiento como una de las etapas en las que las técnicas del arte de la pintura basados en los estudios anatómicos de la época realizados Leonardo Da Vinci son un precursor que ayuda a los artistas a plasmar las imágenes; agregando que, más tarde, en 1824 Peter Roget presenta a la sociedad de la Gran Bretaña; “La persistencia de la visión con respecto a los objetos en movimiento”, explicando con ese estudio la técnica de crear la ilusión óptica del movimiento en imágenes estáticas<sup>4</sup>.

En la década de los 20's los dibujos animados estaban en decadencia. Ya nadie estaba interesado en ver chistes dibujados que se movían. No había historia, ni desarrollo complejo. Vamos, a veces ni título tenían... la forma en que se representaban los cortos animados era, valga la expresión, bastante plana con

---

<sup>4</sup> El truco al que se recurrió fue el de unir dos círculos de cartón para formar un disco con la ilustración de un pájaro en una caja y una jaula en la otra, poniendo un cordel en medio de ambos círculos a la hora de pegarlos y usando el cordel como eje, el disco se hace girar cada vez más rápido. ¿Qué vemos? Primero observaremos una secuencia pájaro/jaula/pájaro/jaula y así, hasta que se adquiriera la suficiente velocidad y se logre la ilusión de que hay un pájaro dentro de la jaula.

la excepción de Otto Messmer y su famosísimo Félix el Gato (1913) y de un joven de nombre Winsor McCay con su historia sobre Gertie el Dinosaurio (1914), quienes habían logrado plasmar un personaje en sus cortos y no sólo un actor más para sus chistes. Quizá lo más sorprendente de Gertie el Dinosaurio fue que era la primera película animada que empleo 10,000 dibujos secuenciados.

Es decir, sí vemos el desarrollo de la animación, se percibe que ha tenido un proceso histórico y así como la historia es humana, y si los seres humanos siempre están rodeados de organizaciones, también es organizacional; porque dependiendo el enfoque del lente, los grupos, movimientos sociales, y diversas problemáticas pueden ser estudiadas desde una perspectiva organizacional.

### **1.3.2. Producción de anime.**

El proceso de producción comienza con la selección de un manga, una novela ligera<sup>5</sup>, libro, videojuego, y en ocasiones comienza con la animación misma. Una vez decidido de que recurso se va extraer la información para la trama de la historia que se va a realizar la adaptación, se busca que el autor original la realice, de no ser posible se contrata a un guionista que adapte la historia de acuerdo a la demanda del productor.

Para un mejor desarrollo explicativo, tómesese de ejemplo el anime Psycho Pass, centrado en un Japón ficticio, y distópico, es decir, anti-utópico, la trama se basa en que es posible medir el coeficiente intelectual de una persona y saber si es un criminal o no basado en su psique, sin embargo, para llevar a cabo el proceso de producción de la serie anteriormente mencionada, se requiere de cierto procedimiento.

---

<sup>5</sup> El manga como se mencionó es la historieta como se conoce en México. La Novela ligera, es una historia narrada en no más de 100 páginas y en su mayoría de las veces ilustrada al estilo anime, su objetivo son las adolescentes y jóvenes.



Imagen 1 – Hikaru Miyoshi, Shūeisha ©, Urobuchi Gen, Production I.G. ©

El primer paso fue el encontrar un guionista para la creación de la novela, el director ya existía siendo Motohiro Katsuyuki que quería realizar un proyecto diferente a la animación producida en el 2012, contratando a Urobuchi Gen para que realizara el guion de la animación, de igual forma se buscó un dibujante para la serie. A diferencia de ser una adaptación de manga u otro medio, el anime Psycho Pass es primero creado como anime y de ahí se producen las novelas ligeras, manga, y videojuegos.

Después de realizar lo anterior, se reúne el Staff una vez se tiene la productora que va a realizar la serialización, en este caso, es Production I.G para ser transmitida por Fuji TV. Para la producción se requiere de una lista de personal especializado que va a estar en función de la creación de la serie animada, siendo los siguientes roles los que se emplean en la producción de un anime según Anime Networks son los siguientes:

Director Principal, director, autor, guionista, guion gráfico, música, diseño original de personajes, diseño de personajes, director de arte, director de animación, diseño mecánico, director de imágenes tridimensionales, director de sonido, director de fotografía, director clave de animación, productor, diseño en 2D, animación en 3D, diseño de escenas de acción, encargado de difusión, productor de animación, diseñador de arte, asistente de director, asistente de producción, asistente de dirección de sonido, diseñador de avatares en página web, diseño de fondos (background), revisión de color, asistente de diseño de color, aplicación de colores, edición, animación final, supervisión de la animación final, supervisión general de proyecto, dirección de layout, asistente de literatura, planeación, editor de sonido, creador de efectos especiales, creador de sonido para efectos especiales, publicidad, compositor de tema de entrada, compositor de tema de salida, compositor de letra de canciones, edición de video, producción de página web y los seiyuu o actores de doblaje de voz.

Ante la demanda de los televidentes japoneses es entonces que se crea un manga, siendo revisado por el autor de idea original, y adaptado por un guionista, la versión manga se divide en dos, siendo dos guionistas diferentes los encargados de adaptar el anime en manga.

De igual forma, ante la popularidad y demanda es entonces que se crea la novela ligera a cargo de Mag Garden, finalmente se serializa una segunda temporada de anime y concluye la serie con una película.

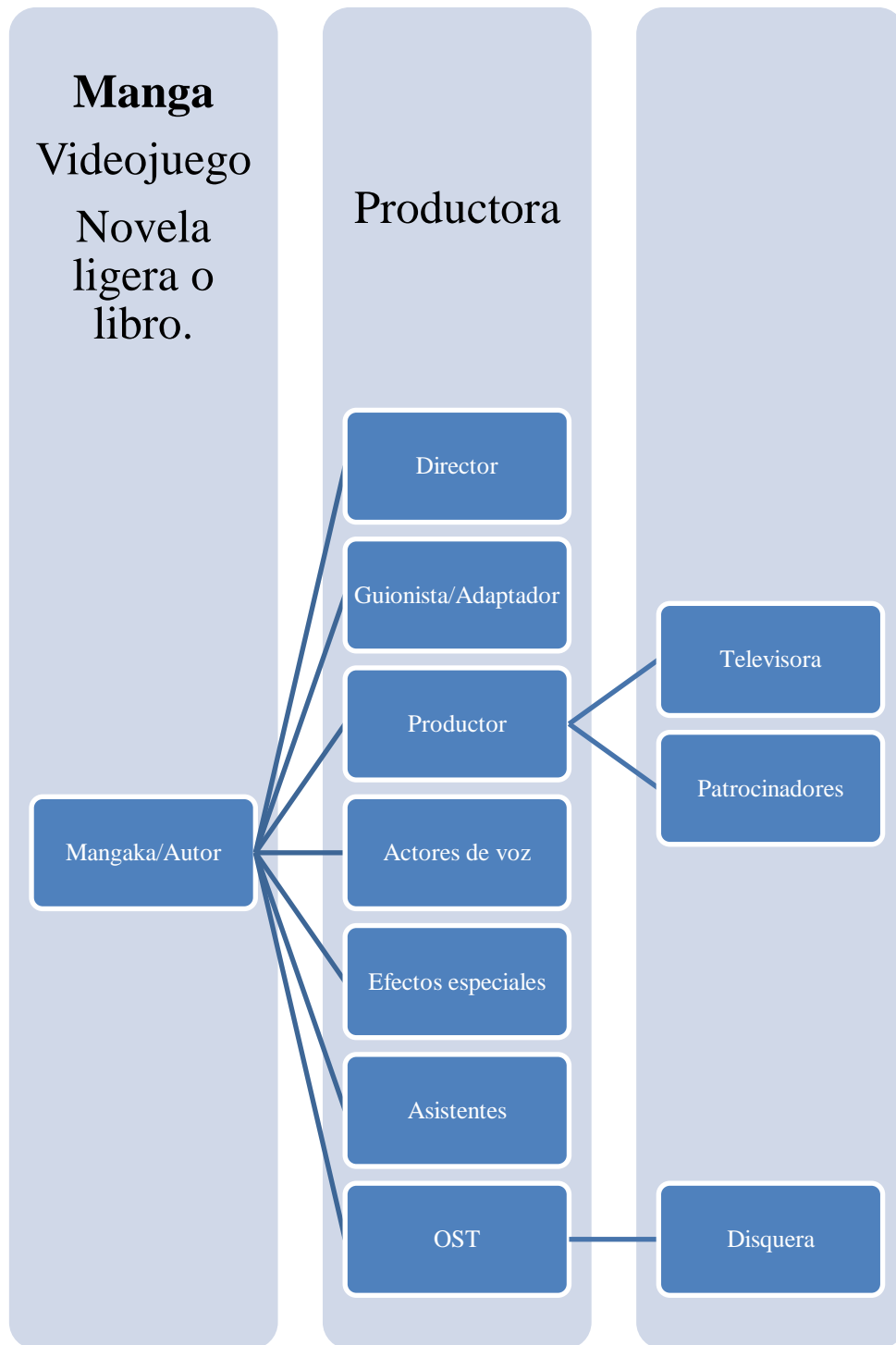
Lo anterior permite entender la relevancia del anime en el mercado japonés, pues no sólo es relevante para los cosplayers que deciden representar a un personaje de dicha serie, la animación en sí se encuentra rodeada de un campo organizacional que es el que a su vez rodea a los cosplayers y ofrece productos que en retribución son demandados por los consumidores.



En otras palabras, la producción de un anime está ligada no sólo a una organización que es la que produce dicha animación, también se relaciona con televisoras, editoriales, agencias de publicidad, actores de voz, disqueras, mercancía (*goods*), personal especializado, y finalmente los consumidores que pueden o no llegar a ser *cosplayers*.

Para realizar el proceso anterior, se obtiene primero el director, posteriormente la televisora, horario de transmisión, así como productora. Se planea el presupuesto, se contrata al autor original o creador de la idea como supervisor para que la obra sea revisada por si tiene un cambio o final alternativo, este sea aprobado por el creador original.

La productora es la que se encarga de la contratación de un director, artista de diseño, efectos especiales, asistentes de producción, actores de voz, contratos con disqueras para la producción de los temas de la serie, de entrada y salida, que a su vez requieren de un cuarto de grabación, vocalistas, productor, escritor de letra y compositor.



Esquema 1 – Elaboración propia basada en información proporcionada por Anime Networks (2015).

Una vez el autor original de la obra aprueba el esquema del proceso de producción, el productor tiene la labor de coordinar, así como supervisar todo el proceso de producción.

Existen dos formas de producir anime, la primera implementada por Tezuka Osamu<sup>6</sup>, con 8 celuloideos por segundo para reducir costo, e incrementar productividad. La segunda corresponde a Estudio Ghibli<sup>7</sup>, su representante, Miyazaki Hayao, realizando 24 celuloideos por segundo, lo que en consecuencia hace que la calidad del dibujo sea más detallada, pero el coste de la producción se incrementa.

Mientras que Tezuka Osamu podía producir un capítulo de 15 a 20 minutos semanalmente con 100 personas trabajando en el proyecto de Tetsuwa Atom (Astro Boy), Ghibli realiza una película de 90 minutos al año, no sólo haciendo uso de celuloide, también de fotografías y digitalización para otorgar un sentido de realismo a las imágenes



Imagen 2 – Hideaki Sorachi, Shūeisha© & Sunrise©

---

<sup>6</sup> Consulta de la Información en el Museo Osamu Tezuka en Takarazuka

<sup>7</sup> Consulta de la información Museo Ghibli, no se permitieron tomar fotografías, por lo que la explicación es sólo informativa.

## 1.4. Manga

De acuerdo al apartado anterior, el desarrollo de la animación y el estilo depende del espacio-tiempo en el que se desarrolla la misma. El manga comienza a tener auge en Japón después de la segunda guerra mundial con el autor Osamu Tezuka. La palabra manga es usada para designar cualquier tipo de historieta, el estilo de la misma se define entre 1960-1970<sup>8</sup>.

Retomando la cultura y la interpretación, se verá que es diferente el desarrollo en Occidente y en Asia, siendo así, entonces aplicable la primera tesis de Bourdieu sobre el poder simbólico, donde señala que “los ‘sistemas simbólicos’ no son la estructura sino una estructuración que construye una realidad sobre el sentido inmediato del mundo social. Símbolos utilizados en la ‘integración social’ para la comunicación de su integración lógica y moral” (Bourdieu, 2000).

El manga no es sólo ciencia ficción, violencia y sangre, de hecho, hay manga de todos los tipos, pero el que ha llegado a occidente es casi siempre del tipo violento, lo que ha contribuido a crear una imagen distorsionada de lo que en realidad es el manga. Personalmente, recomiendo leer obras de Osamu Tezuka, por ejemplo, para comprender que el manga puede ser autentico arte. (Bernabé, 2001)

Ozamu Tezuka adapta el concepto de los ojos grandes de para incorporar a la estética un sentido de emoción en los dibujos, una de las hipótesis que se ha

---

<sup>8</sup> El Museo de Manga Internacional en Kyoto exhibe una investigación permanente acerca de la animación japonesa (anime), y la historieta (manga) aclarando que el manga no tenía una regla de dibujo, hasta que Akatsuka, un autor de manga decidió cuestionarse por qué se debía de empezar por la derecha, seguir un estilo, orden de paneles y el flujo de tiempo dentro del manga. Fue entonces que al experimentar y hacer lo opuesto en su manga de parodia, los demás autores se percataron de que se había institucionalizado un estilo y estructura de dibujar así como contar la historia dentro del manga.

manejado, sin embargo, no es comprobable es que se la adaptación provino del extranjero y fue importado el concepto a Japón. Teniendo influencia de occidente.

Lo anterior tiene una explicación histórica en la expansión euroamericana a mediados del siglo XIX, así como las intervenciones norteamericanas, e incluso se puede referir a que Japón mismo tiene todavía la conciencia del exterior dentro de sí al mencionar en *Weiß Kreuz<sup>9</sup> Verbrechen & Strafe (Crimen y Castigo)* una de las bases militares aéreas norteamericanas (posiblemente La Base Aérea de Yokota o El Campamento Zama) como suelo externo dentro de Japón.

Sin embargo, también existe el hecho de que la sociedad japonesa no sólo aprendió a asimilar como propio los avances de la modernidad<sup>10</sup>, se apropió de los conocimientos y los explotó con eficacia.

Dentro del contexto de la cultura mundial, y tiene sentido que excede el marco de desarrollo milenario propio de la nación japonesa. El Japón se dio cuenta del potencial de nuevas situaciones y lo aprovechó para su beneficio; logró expresarse tanto en la continuidad como en los cambios abruptos (Lothar, 1980; p.58).

Además de entrar a la etapa de la modernidad líquida, también conserva sus costumbres, tradiciones y cultura, manejando la ambivalencia de lo tradicional y lo moderno<sup>11</sup>, plasmándolo así en las expresiones culturales como lo es el manga y anime, siendo entonces no precisamente Japón el que imita en su totalidad a otras

---

<sup>9</sup> Anime realizado por Takehito Koyasu (seiyuu - actor de voz) de 1997-1998 con dos tomos del manga y 25 capítulos de anime, más dos ovas; historia en donde se desarrolla la vida de cuatro jóvenes con pasados rodeados de algún crimen, que trabajan para una asociación de vengadores anónimos ante las injusticias sociales. Takehito Koyasu, formó después varios CD-Dramas, historias como radionovelas, un grupo de J-Rock con el mismo nombre del anime.

<sup>10</sup> Hauser, no se refiere a una calidad relativa sino a la vanguardia en un espacio-tiempo determinado.

<sup>11</sup> Canclini (1997) le llama Cultura Híbrida a la unión de las tradiciones y lo moderno en las sociedades, o a la unión de dos culturas a causa de la globalización y consecuencia de la modernidad.

culturas, sino siendo imitado al mismo tiempo en una transculturización por medio del consumo y la globalización.

Se concluye el apartado al señalar la estructura del manga, se requiere del diseño de los personajes y la historia por parte del *mangaka* (autor de la historieta), usualmente se divide al autor de la historia y al artista dibujante, en otras ocasiones el mangaka puede ser escritor-dibujante.

Existe el *editor ejecutivo* que coordina la producción, imprenta, trabajo en equipo, marketing, y el *editor* que es que visita al autor, así como asistentes para llevar el trabajo a la casa editorial, dar sugerencias, o presionar en las fechas límites para que el manuscrito esté a tiempo.

Los *asistentes*, dan forma a los fondos, cortan y editan, son los encargados de que al tener el dibujo del mangaka o el artista dibujante en los paneles, finalicen el trabajo para que después sea impreso y llegue a los lectores<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Para más información, consultar el Museo Internacional de Manga en Kyoto, así como la Universidad de Kyoto.



Esquema 2 – Elaboración propia en base de información proporcionada por el Museo Internacional de Manga en Kyoto (2015).



Imagen 3 – Obata Takeshi, Shueshia © & J.C. Staff ©

Lo anterior describe cómo se realiza la producción del manga semanalmente, sin embargo, también se aclara que no es una actividad lucrativa, a menos que se tenga la compilación de la obra en un solo libro mensual y no una publicación semanal, eso reside en que los 650 yenes, o 450 yenes, dependiendo de la publicación por tomo se dividan entre el número de personas mencionadas anteriormente, dejando al autor con lo ínfimo de paga por su trabajo.

### 1.5. Tribu Urbana

El concepto proviene de la antropología, refiere “a nuevas formas de agregación y sociabilidad al interior y entre los grupos juveniles, más efímeras, flexibles y sobre todo estéticas” (Urteaga, Julio 2010). La distinción anterior se debe al hecho de que sí bien los ‘cosplayers’ pertenecen a una subcultura generada por un largo



proceso globalizador del anime y el manga, también se forma una diversificación de tribus urbanas empezando por el 'otaku', y de ahí otras tribus o sub-tribus, como son; el *visual kei*, *oshare-kei*, la lolita, y los cosplayers.

La subcultura o tribu urbana, recuerde que ambas tienen las mismas características y son usadas indiferentemente; puede ser de aquella que pierde el surco entre las diversificaciones sociales, y se unifica al compartir una ideología identificada en la estética, el lenguaje, una serie de simbolismos, y de valores, así como un estilo de música específico, y un lugar o lugares de encuentro.

Gelder (2007), en su libro de subcultura define seis formas en las que se ha entendido la tribu urbana:

- 1) *A través de su negativa relación al trabajo (como 'inactivo', 'parásito', hedonista, penal, etc.).*
- 2) *Su relación negativa o ambivalente con la clase.*
- 3) *Su relación con el territorio (la 'calle', la 'capilla', el club, por ejemplo), en lugar de propiedad.*
- 4) *Sus movimientos fuera de casa en sus no-domesticas formas de pertenencia.*
- 5) *En sus vínculos con el exceso y la exageración (en oposición a la restricción y moderación), y,*
- 6) *La negación a las banalidades de la vida ordinaria, y en particular, a la masificación.*

Las subculturas en las organizaciones pueden llegar a ser peligrosas, pues si bien no son siempre actos de contracultura, aun así, pueden desobedecer o dañar el sistema. Villares (citado en Gross, 2009) plantea entonces dos soluciones desde una perspectiva organizacional, diseñando la siguiente pregunta; “¿Qué hace una organización cuando se percata de que existe una subcultura?”

- a) *Cortarla de raíz.*
- b) *Permitirla e incluso fomentarla.*

En el caso de la subcultura anime-manga; el gobierno japonés decidió fomentarla, pues permite dar a conocer su cultura, y al mismo tiempo expande su mercado a diversas partes del mundo, transformándola así en una expresión cultural dentro de su país y en subcultura en otros países, en este caso; México, D.F. La subcultura –como se mencionó– genera tribus urbanas, en este caso la del otaku, desprendiéndose de ahí, sub-categorías como; los cosplayers, visual-kei, lolita, y oshare-kei.

Una vez entendido el complejo mundo del anime-manga y la subcultura japonesa, se necesita entonces pasar al análisis del cosplayer. Lo que lleva entonces no sólo al proceso de *desterritorialización* y *reterriolización* (Cobos, 2010) como parte del proceso la hibridación cultural (Canclini, 1997). En su relación con el joven mexicano, su formación en otaku y el manga-anime como expresión cultural, se puede decir que la modernidad tardía, aunado al proceso de globalización en un mundo transculturalizado y racionalizado con pérdida de valores, sin llegar a un sentido arcaico de las normas, los jóvenes buscan un nuevo concepto cultural y valorativo que les permita superar la crisis social a la que se enfrentan de forma individualizada, manifestándose así, la subcultura otaku en los jóvenes mexicanos.

## 1.6. Clasificación de Tribus Urbanas

Otaku, palabra que se designa a un fan, en México, y Latinoamérica, así como en Estados Unidos, significa un fanático del anime-manga, mientras que, en Japón, tiene una acepción dual, la primera de fan, y la segunda peyorativa de obsesivo, es decir, un aficionado obseso de anime. De lo anterior, en México se derivan cuatro principales tribus urbanas:

### 1.6.1. Visual Kei

La primera es el Visual Kei, que proviene del Rock Japonés (J-Rock) y el Heavy Metal Europeo, como el nombre lo dice, las bandas de 'visual kei' se enfocan en el 'estilo visual' y la música simultáneamente. Los integrantes de grupos como *Versailles*, *Alice Nine*, *etc.*, se encauzan en una apariencia andrógina, incorporando a su propia tradición japonesa en cuanto al maquillaje del *kabuki*<sup>13</sup>, el estilo barroco europeo.

Sin embargo, no se consideran otakus, sino visuals, en ocasiones; ambos arreglando su ropa con tonalidades oscuras, no imitando el maquillaje, pero sí intentando mantener su perfil otaku-visual.



Imagen 4 – Versailles, Sherow Artist Society© & Warner Music Japan©

---

<sup>13</sup> Teatro tradicional japonés, en el que el hombre interpreta los roles femeninos, el kabuki es un arte cultural en elementos de baile y canto.

Algunas subdivisiones del Visual Kei son; el Oshare-Kei, y la Lolita Gótica (Goth Loli). Sí bien son expresiones culturales de la subcultura anime-manga, así como pueden ser consideradas tribus urbanas en cuanto profesan las siguientes características:

1. *Ideología* – Se edifica una estética, es decir, un tipo de vestimenta, un estilo de maquillaje, etc.
2. *Lenguaje* – Códigos simbólicos del habla.
3. *Territorio* – Lugar de encuentro, en el caso del otaku, el visual, oshare, lolita, etcétera; su lugar de encuentro se da en convenciones como la TNT en Tlatelolco, o el Bazar de la Computación y la Tecnología, conocido por el otaku como ‘La Friki Plaza’.
4. *Música* – El cosplayers gusta de música japonesa en especial, como el J-Pop, J-Rock, el Visual Kei, el Oshare Kei, y otras categorías musicales, así como los soundtracks de anime.

El señalamiento anterior permite entender por qué se utiliza tribu urbana, en vez de grupo, si bien lo que se trata es un conglomerado de personas con objetivos, e interés común que se reúnen para lograrlo, el concepto de tribu urbana agrega la categoría musical como parte de la identidad, de ahí que se prefiera ese concepto con fines teóricos debido a que el escuchar un estilo de música refleja una parte de la identidad del grupo, que a su vez recae en la clasificación de ser una tribu urbana, aunque los que pertenecen a esa tribu no se consideran como tal según las entrevistas aplicadas.

### **1.6.2. Oshare Kei**

En segundo lugar, se encuentra el Oshare-kei, a diferencia del Visual-kei que tiene una temática oscura –un estilo enfocado más en la moda, así como temática sobre la amistad y el amor.

Hay una armonía temática que ofrece los contenidos comunes (y deseados) pero también una identidad, y los símbolos permanecen circulantes en una constelación (por ejemplo, el imaginario J-Pop, que no sólo obedece, dicho sea, para unificar términos, al mundo de la música) “porque son desarrollos de un mismo tema arquetípico, porque son desarrollos de un arquetipo (Duran, 2004: 46)

El Oshare es un contraste de colores brillantes con algunos oscuros, adhiriendo el uso del delineador, como otros grupos, no sólo del visual sino de la cultura coreana, así como lentes de contacto de diversos colores de fantasía.

### 1.6.3. Lolita Gótica



Imagen 5 – Fotografía de Mariano Vázquez Freije

En tercer lugar, se encuentra la categoría de la Lolita Gótica<sup>14</sup>, su exponente en el 2009 fue Maryan MG. Es una cantautora “que tiene su proyecto cocido como “Loli-Rock”, y en el cual refleja sus inquietudes y pasiones dentro de la cultura popular

---

<sup>14</sup> Una representación de la Lolita Gótica (Goth-Loli) se puede apreciar en la serie *Yamato Nadeshiko Shichi Henge*, si bien la serie no se enfoca en las lolitas, muestra la creciente popularidad de la Lolita-Gótica dentro de la sociedad japonesa. En otro anime como *Sket Dance* se muestra desde los *visual* como Dante, hasta los otakus, mangakas, seiyuus, etc, es decir, el anime, de una forma expresa en sus tramas parte de la sociedad japonesa.

japonesa, sonidos electrónicos y temas fuertes como el amor, la pasión y la locura” (Nava, 2012; p.121) Maryan fue nombrada la principal exponente, así como la primera Lolita Gótica mexicana (2009) en la revista *Gótica*. Bogarín cita en cuanto a la reflexión estética de estos movimientos culturales que;

Una colección de visiones que facultan al usuario para apropiarse de un producto determinado como vehículo para decodificar a la cultura (esto es, a la realidad) y lograr un control más constante sobre su identidad, y, a partir de ello, de los beneficios de su intervención sobre el mundo y sus múltiples objetividades (Baudrillard, 1999: 99)

Es un idealismo subjetivo que sin embargo encuentra su expresión concreta en la sencilla reflexión de la construcción de los valores del objeto con base aparente en sus propios valores, pero basado en realidad en las “imagerías” sensorialmente estimuladas del receptor, en cuyo nombre se establecen los procesos que fundamentan la selección de un objeto sobre otro. El imaginario, aunque expresado lingüísticamente para su planteamiento global, queda estructurado por las imágenes (Duran, 2004: 25)

Finalmente se encuentra el cosplayer; antes de emprender el tema desde lo organizacional, se debe de entender qué es un cosplayer, optando por una aproximación etnográfica (Schwartzman, 1993), se ha hecho un esfuerzo de reconstrucción teórico a partir de la observación, el proceso de investigación participante se encuentra en una etapa temprana, por lo que la información es general, y se ha hecho uso no sólo de la observación, sino de las páginas electrónicas que visitan frecuentemente los cosplayers.

#### 1.6.4. Cosplayer

Un cosplayer es un individuo, que interpreta, o caracteriza un personaje de alguna serie de televisión de ciencia ficción, o fantasía, película, historieta, comic<sup>15</sup>, manga<sup>16</sup> o anime.

Se introduce en el universo en el que se ha creado cierto personaje, y lo ejemplifica. El cosplayer personifica actitudes, gestos, y lenguaje de cierto personaje, aprendiendo la forma de hablar del personaje, sus expresiones corporales, y rasgos específicos, el cosplayer, durante segundos se convierte en un actor, es decir, no sólo es disfrazarse, sino la personificación de un rol (performance).

Es tal la importancia de pertenecer a dicha comunidad que, una de las cosplayers, bajo el seudónimo Chibi-Monster, dedica por lo menos de tres horas diarias a estudiar el personaje que va a personificar, el proceso se da a partir de ver la serie de anime, una y otra vez, repitiendo gestos, modelando frente el espejo, realizando poses, y una vez interiorizado, se encuentra con los demás miembros de la comunidad a la que pertenece, interactúan compartiendo su conocimiento adquirido, sociabilizan y su estatus lo adquieren en relación a quién ha hecho la mejor representación, y una vez que se reúnen diversas comunidades, también se evalúa quién ha confeccionado el mejor disfraz, los cosplayer se mueven dentro de un mundo lleno de simbolismos, sin embargo, eso se verá mejor en el tercer apartado.

Lo anterior otorga estatus individual –en referencia a la confección y tiempo en que se labora el disfraz–, sin embargo, para ser parte de una tribu urbana, se tiene

---

<sup>15</sup> Se diferencia el comic de la historieta, y el manga, debido a su procedencia en países de habla inglesa, especialmente en Estados Unidos, a través de editoriales Marvel y DC comics. La historieta por otro lado, tiene su desarrollo en países de habla hispana, a mediados del siglo XIX en países como Argentina, España, y México.

<sup>16</sup> Manga es el concepto otorgado a la historieta japonesa desde una perspectiva occidental, sin embargo en Japón se entiende como “manga” cualquier historieta. Su significado es “dibujo informal”.

que cumplir con las características anteriormente mencionadas que son; ideología, lenguaje, territorio y música. Lo que hace a los *cosplayers* una tribu con la misma ideología son sus ritos, tradiciones, y atributos culturales, así como sus intereses personales; es una “organización ideológica”<sup>17</sup> (Roethlisberger y Dickson, 1966), y los *cosplayers* son los actores dentro de su “teatro” (Goffman, 1959) es decir, en su territorio, que son los lugares de reunión, buscando una autoafirmación, a través de la imitación (Smelser, 1989), y parafraseando a Bourdieu (2001); consolidándose como tribu ante una red duradera de relaciones sociales de conocimiento y reconocimiento mutuos, con recursos basados en la pertenencia a un grupo sobre la base de relaciones de intercambio materiales y simbólicas, como el lenguaje, o un estilo de música, donde los aspectos materiales y simbólicos están inseparablemente unidos, hasta el punto de que aquellas sólo pueden funcionar y mantenerse mientras esta unión sea reconocible.

El *cosplayer* necesita invertir tiempo en el aprendizaje de un anime, manga, video juego, película, etc., de cierto personaje, así como de las técnicas de costura e innovación que conlleva al plasmar el ‘imaginario’ del personaje en algo palpable; es decir, el *cosplayer* para poder crear un disfraz necesita adquirir un conocimiento específico, otro ejemplo a parte de la *cosplayer* Chibi-Monster es la *cosplayer* B-Shira.

B-Shira es una *cosplayer* reconocida a nivel mundial que empezó desde el 2007, aplicando los conocimientos adquiridos en su carrera de Artes Visuales en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, utilizando diversos materiales para la confección de un *cosplay* o *crossplay*<sup>18</sup>, transformando así su capital cultural

---

<sup>17</sup> Roethlisberger y Dickson (1966) definen la “organización ideológica” como un referente de sistema de ideas y creencias por medio de los cuales los valores de ambas; la organización formal e informal, así como sus aspectos de la organización social son expresados y sus simbolismos alrededor de esos valores son organizados. En el presente ensayo, se retoma el concepto de “organización ideológica” únicamente desde la organización informal que construye sus simbolismos, y relaciones personales a partir de la sociabilización de sus miembros, y no de la estructura formal cuyas reglas de comportamiento están ya normalizadas.

<sup>18</sup> El término “*crossplay*” se entiende entre la comunidad de *cosplayers* como la interpretación de un rol diferente al género biológico que es el individuo que lo representa,



(Bourdieu, *ibid.*) en económico en cuanto es convertible en dinero, B-Shira, siendo reconocida entre la comunidad de cosplayers de anime y manga, así como entre otras. Otros cosplayers, alcanzan su reconocimiento, y se integran a otras organizaciones, como lo es la Asociación México-Japonesa y la revista *Doon!!*<sup>19</sup>, alcanzando el grado jerárquico dentro de la misma tribu como un o una cosplayer profesional. El cosplay además sirve como recurso de sociabilidad dentro del grupo.

Lo anterior permite dilucidar a la tribu de cosplayers, en donde la forma de expresión del disfraz permite un proceso de sociabilización<sup>20</sup> dentro de la misma comunidad, estableciendo un nuevo orden de vida social (Smelser, 1980), sin cambiar el contexto externo a dicha comunidad, es decir, los cosplayers son una tribu que interactúa como otras con su entorno, la pertenencia a dicha comunidad les otorga un rol, y un hacer, sin embargo, al vivir rodeado de organizaciones, interactúan no sólo dentro de su círculo, ya que pertenecen a diversas organizaciones, sin embargo, dedican gran parte de su tiempo a esa comunidad, a la que han elegido pertenecer por elección propia.

---

es decir, una mujer se disfraza de un personaje masculino, y un hombre de un personaje femenino.

<sup>19</sup> La Revista *Doon!! Magazine* es una publicación trimestral, editada por Tokyo Marketing, patrocinada por la Asociación Japón-México, y distribuida en el Museo del Manga ubicado en la colonia las Aguilas, o en el Bazar del entretenimiento y el video juego, colonia centro. Sus apartados constan básicamente en historietas con el estilo gráfico del manga, pero dibujados por autores mexicanos, y un pequeño segmento dedicado a la cultura y tradiciones de Japón.

<sup>20</sup> Entiéndase la sociabilización desde la definición de Rocher (1996), es un proceso mediante el que el ser humano asimila simbolismos y los reinterpreta, integrándolos a su personalidad, entendiendo lo que la sociedad quiere de él, y lo que él aporta a la sociedad bajo la influencia de experiencias y de significaciones, adaptándose a su entorno.



Imagen 6 – Fotografía de Chibi Monster

#### 1.6.4.1. División interna de los cosplayers

Una vez entendido a los cosplayers como una tribu, es necesario delimitar la tribu dentro de la tesis, la pertinencia de lo anterior reside en que la tribu de cosplayers puede ser vista como un campo, y como tal, tiene un conjunto de organizaciones (DiMaggio & Powell, 1999).

La primera se divide en dos; cosplay de comics y películas. Estos cosplayers de comics<sup>21</sup> interpretan a personajes como Spiderman, Superman, Thor, y seres de

---

<sup>21</sup> En Estados Unidos se reúnen en la Comic-Con, son de tres a cuatro días de campamento en las instalaciones donde se lleva a cabo una convención, siendo un lugar

ciencia ficción o fantasía. Las otras representaciones son de películas o series de televisión, disfrazándose de personajes pertenecientes a la Guerra de las Galaxias, El señor de los anillos<sup>22</sup>, Xena, y Shrek. Es relativamente conocida a nivel general de la población, debido a su promoción por medio de medios de comunicación, y las noticias que dedican un breve comentario acerca de sus actividades, en parte porque son en su mayoría, personajes provenientes de producciones estadounidenses, y el impacto e influencia que tiene lo proveniente de Norteamérica como Lukas Films, Marvel, DC-Comics, Disney & Pixar.



Imagen 7 – EndlessNights & One Ring Circus, Gimli-Lord of the Rings, Cosplay.com, LLC.©

---

de encuentro, no sólo entre los cosplayers locales del Estado de los Ángeles, sino de los diversos Estados en Estados Unidos.

En México, el lugar determinado es el Centro de Convenciones Tlatelolco, dos veces al año, se denomina “La Mole” y es principalmente para las comunidades cosplayers de comics, películas.

<sup>22</sup> El Señor de los Anillos, pertenece originalmente a sagas de libros, sin embargo, se populariza e integra a las comunidades de cosplayers en el momento en que es llevada al cine.

La segunda son los cosplayers que se basan en personajes de video juegos, en su mayoría no son gamers<sup>23</sup> los que pertenecen a esa comunidad. Son miembros de la primera sección (de comics y películas), o la cuarta (de anime y manga) los que participan en ésta, el motivo de que los gamers no son participantes, se debe a que prefieren observar sobre el actuar, sin embargo, reconocen la complejidad del cosplay, y gustan de ir a ver a los personajes que se interpretan, básicamente basados en Resident Evil, Silent Hill, Boderlands, Halo, Assassin's Creed, entre otros.



Imagen 8 – Fotografía: elizabethallice & Vinicius Tavares

---

<sup>23</sup> Los *gamers*, o jugadores de videojuegos tienen poca participación en las comunidades de cosplayers, debido a que sus actividades se basan en la competencia virtual por ser el mejor jugador en los juegos para PC, X-Box, Play-Station, o Nintendo. La comunidad de *gamers* es sólo mencionada con fines de dar un breve bosquejo de las diversas comunidades de cosplayers, y los roles que personifican, sin embargo, los *gamers* son una comunidad que necesita de su propio análisis, y ese no es el objetivo de éste ensayo, razón por la que se mencionan de forma generalizada.

La tercera clasificación se denomina *Furry*, su conocimiento es escaso, tienen una falta de aceptación por parte de la sociedad, y eso hace que su conocimiento sea limitado, los *cosplayers* de *furry*, se disfrazan de animales afelpados, desde unas orejas de gato, o lobo, hasta un traje completo en el que parecen peluches, esta comunidad se encuentra principalmente en la frontera Estados Unidos-Canadá, y en Argentina.<sup>24</sup>



Imagen 9 – Anime North 2012, fotografía de Kuraudo S. 310322094

---

<sup>24</sup> El motivo de la discriminación se origina a partir de que los habitantes no pertenecientes a esa comunidad han creado un prejuicio, o constructo social en el que se piensa que los *cosplayers* de *furry* se dedican a tener prácticas sexuales con sus disfraces puestos, ya que se cree gustan de la zoofilia, sin embargo, en un documental de canal 22, se les entrevista, y graba consecutivamente sus actividades. Los pertenecientes a esa comunidad declaran en entrevistas que el prejuicio creado es falso, anexando que cada accesorio de sus trajes cuesta entre 200 a 900 pesos mexicanos, y los trajes confeccionados a mano sobrepasan los 1500 pesos, motivo (para ellos) por el cual, en una entrevista dentro del mismo documental se niega el acto de realizar prácticas sexuales.

La cuarta clasificación es la de anime y manga<sup>25</sup>, siendo ésta la de interés en el presente ensayo. Es una de las más complejas, debido a sus límites ambiguos con respecto a las otras tres, los cosplayers de anime y manga son independiente a las otras en el sentido que los individuos construyen su pertenencia a esa comunidad en relación a otras comunidades al tener una ideología común entre sus miembros, es decir, la comunidad interactúa por medio de la “acción simbólica”, los individuos construyen sus propios simbolismos dentro de la comunidad a través de la interacción social (Geertz, 2005). Su distinción reside en sus constructos simbólicos, culturales y sociales entre los miembros a partir de las series de anime, y el manga. No obstante, el límite se ve difuso cuando se consideran diversos factores, desde la creación del anime, y el manga, hasta el momento en que el cosplayer decide encarnar a un personaje específico.



Imagen 10 – Fotografía propia

---

<sup>25</sup> La comunidad de cosplayers de anime y manga, se reúnen varias veces al año, principalmente en el centro de convenciones Tlatelolco, mismo lugar donde se reúnen los cosplayers de comics, sin embargo en vez de ser llamada “La mole”, la convención de anime y manga, se denomina “TNT”.

- a) La creación del anime se da por tres vías (véase apartado 1.3), la primera es el proceso convencional. A partir del manga, se revisa su rating, las ganancias que ha generado para la editorial, y la demanda de los individuos para llevar el manga a la pantalla de televisión. La segunda vía es que un video juego tiene una creciente demanda en el mercado y se crea el anime. La tercera vía es que una novela es plasmada en anime a partir de su éxito literario.
- b) La creación del manga se da principalmente por dos vías; la primera es que el autor (mangaka) cree su universo, a sus personajes, o utilice personajes históricos, y los plasme en tinta y papel, la segunda vía es que, al igual que el anime, se base en una novela, y se cree el manga a partir de ella.

Lo anterior reitera la complejidad de la comunidad de cosplayers, sus límites son difusos, no por falta de identificación de los mismos, la causa reside en que los límites del manga y el anime no son concretos desde su producción (Figura 1.2), ya que abarcan, novelas, personajes históricos, y videojuegos, lo que origina que la comunidad de cosplayers se mueva entre las otras comunidades sin un límite tajante, más allá que el proporcionado por el anime y el manga, de ahí la importancia de estudiar a esta tribu urbana que es vasta en simbolismos, y temas de análisis para contribuir al conocimiento de las ciencias sociales, en especial los Estudios Organizacionales. Como característica, la personificación que realizan los cosplayers de anime y manga; se basa en series como; Sailor Moon, Pokémon, Dragon Ball, Gundam Wing, Los Caballeros del Zodiaco, Naruto, entre otras. Una sub-clasificación dentro de esta comunidad es el vocaloid, que son cantantes virtuales, es decir, las voces son producidas por computadores, y el personaje es animado, proyectado en tercera dimensión por medio de láser, los vocaloid realizan conciertos, y son aceptados por los cosplayers como parte del anime, de ahí que también sean retomados para personificarlos.

## 1.7. Organización y organizing

El concepto organización proviene del griego *órganon* que es el conjunto de obras lógicas de Aristóteles, analiza por medio del silogismo (premisa, y conclusión) la estructura de la expresión de una idea, es decir, un enunciado lógico. Lo anterior remonta a un pensamiento lógico-filosófico, sin embargo, no es nuestro estudio el conjunto de obras aristotélicas, sino la acepción que provee la palabra “organización” en este apartado.

La etimología en las ciencias se basa en acepciones greco-latinas en su mayoría, con base en lo anterior se acepta que al ser los Estudios Organizacionales una ciencia social que estudia las organizaciones, es pertinente aclarar que al igual que “*órganon*” es la estructura u organización del pensamiento de forma lógica, ese mismo sentido se otorga a “organización” y su estudio, siendo su significado “instrumento, herramienta, o método”; es decir, es la “acción y efecto de organizar u organizarse” y a su vez es una “asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines” definido por la Real Academia de la lengua española; en otras palabras, los Estudios Organizacionales estudian y analizan la organización de una organización, es decir, la estructura y lógica de la particularidad que es una organización como campo o como objeto.

La organización es entonces un conglomerado de individuos con una meta en común, siguiendo medios-fines dentro de una estructura formal, sin embargo, existe el organizing que es la acción de organizar, al que se le llamará en español *proceso organizado*.

Para explicar lo anterior, es necesario definir el concepto de organizing, y/o proceso organizado, cuya relevancia reside en la pregunta ¿qué estudian los Estudios Organizacionales?, de acuerdo a Hatch (2011) y Clegg & Hardy (1996), los Estudios Organizacionales estudian las *organizaciones*, la *organización*, y su proceso de “*organizing*”. Los Estudios Organizacionales buscan respuesta, análisis y comprensión de las diversas organizaciones, y formas de organización existentes:



La Administración Científica (Taylor, 1911) es un perfil de manifestar el proceso administrativo de una organización. Posteriormente la Teoría de la Organización explica las formas de organización desde sus diversos enfoques, que permiten la comprensión del proceso de organización de las organizaciones, desde sus diferentes vertientes; las Relaciones Humanas (Mayo, 1933; Roethlisberger & Dickson, 1939), la Burocracia (Weber, 1920; Crozier 1963, Merton, 1957), la Escuela del Comportamiento (Cyert & March, 1963), la Contingencia (Woodward, 1958), y finalmente, la etapa actual del conocimiento que, haciendo uso de los anteriores enfoques se encuentran los Estudios Organizaciones, con las Nuevas Relaciones Humanas (Argyris, 1973), el Poder (Mintzberg, 1983), las Anarquías Organizadas (March & Olsen, 1972), la Ecología de las poblaciones (Hannan & Freeman, 1977), el Nuevo Institucionalismo (DiMaggio & Powell, 1983; Meyer & Rowan, 1977), y la Cultura (Smircich, 1983), entre otras dimensiones.

La descripción anterior es el puente que permite afirmar que los Estudios organizacionales estudian el *proceso de organización*, porque, aunque las diferentes vertientes antes mencionadas estudian las organizaciones, o la organización y su estructura, en el trasfondo estudian el proceso de organización, es decir, su *organizing*.

No obstante, aunque se afirma que los Estudios Organizaciones estudian el “organizing” de una organización, para su mejor entendimiento, se define qué es una organización y qué es “organizing”.

Una organización es aquella que crea orden (Hatch, 2011; p.78), es una entidad (ibid., p.19), es decir, es el resultado de un proceso de organización. Para Clegg y Hardy (1996, p.3), “una organización es un discurso teórico”; mientras Clay (2008) utiliza la definición de “organización” para definir el estado organizado, y los grupos que realizan la organización, es decir, la “organización” es el proceso de “organizing”, en otras palabras, es el organizar de un evento, o empresa con decenas, cientos o miles de empleados, en consecuencia; el procedimiento de “organizing” es la forma de organización que se realiza por parte de los individuos sin que necesariamente pertenezcan a una organización.

“Las organizaciones –objetos– son como fantasmas que aparecen cuando la ‘organización’ –forma– desaparece” (Latour, 2011; p.7). Es complejo, debido a que en español decir “la organización de una organización” se interpreta en algunos casos como pleonasma, error que no sucede en inglés, debido a que se tiene, como Mary Hatch (2011) nombra; las tres “O”;

### *Organizations, Organization & Organizing*

La organización refiere el proceso de patrones estables que se utilizan como una receta de supervisión, e interpretación de su proceso de “organización” que permite a los seres humanos actuar y ordenar (Parker, 1998; p. 506 en Czarniawska, 2014), definiendo a la organización como un objeto y resultado de su forma de organización, dicho de otra forma, de su “organizing”.

De lo anterior se acuña la traducción a la acción de organizar como *proceso organizado* definiéndolo como la acción de un conjunto de individuos reunidos para realizar arreglos lógicos organizativos de interés común en el que se integran a través de actividades y recursos con el objetivo de lograr una meta o fin determinado, término que será utilizado en vez de organizing a partir de este párrafo.

### 1.7.1. Proceso organizado y sensemaking

Con relación al apartado anterior, lo que da sentido al proceso de proceso organizado es el sensemaking o el sentido de hacer algo. Sin embargo, sensemaking es utilizado por diversos autores (Weick, 2005; Hatch, 2011; Brown&Duguid, 1998; Eisenberg, 2006; Choo, 1996) para definir el “dar sentido” a una acción o cambio dentro de una organización, es decir, ante la presencia de incertidumbre dentro de la organización, el individuo busca un sentido a lo que ocurre a su rededor, de ahí proviene el sensemaking.

El proceso organizado es la acción dinámica que se manifiesta sólo cuando las organizaciones comienzan a ser vistas como actividades que se están realizando desde un sensemaking proveniente de una construcción social (Hatch, 2011; p.69) Es la interacción de las personas y la producción cultural e identidad del grupo que ocurre como consecuencia del sensemaking y a través de la construcción social y los procesos de cambio de los artefactos en simbolismos. (p. 72).

El proceso organizado es el proceso social: seres humanos y objetos se asocian unos con otros para obtener una acción colectiva de alguna forma ordenada. La “organización” puede ocurrir dentro de la organización formal, pero raramente se encuentre dentro de su frontera, ya que es una imposición dentro del marco que la delimita y puede omitir bastantes fenómenos fascinantes relacionados al “organizing” (Czarniawska, 2014; p.152)

*El proceso organizado* como proceso social, tiene intersecciones y tramos entre las mismas, por ello, nos referimos a la dependencia del “organizing” con las distintas prácticas locales, de lenguaje, etnia, y género (Clegg & Hardy, 1996; p.4)

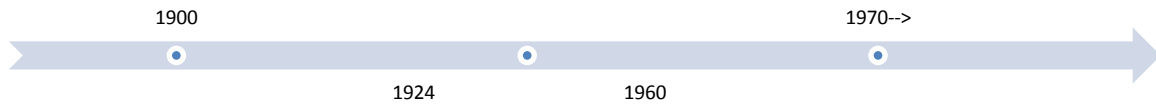
Lo anterior es de relevancia al explicar que los Estudios Organizacionales estudian la organización de una organización, guiando al tema central de estudio,


explicar cómo se organizan los cosplayers a través de su proceso organizado y su campo organizacional.

Se mencionó anteriormente, los cosplayers forman parte de una tribu urbana, vistos por sus características desde la misma perspectiva de los cosplayers como “comunidad”, sin embargo, al faltar un lugar de vivienda, se opta con fines teóricos denominar a los cosplayers como tribu, y a su vez, es una forma de organización informal, no tiene certificado que la legalice y son individuos que no trabajan en un espacio-tiempo específico, sin embargo, al tener las características de una tribu, pasan por un proceso organizado.

Se ha recalcado que los cosplayers no son una organización, pero se rodean de diversas organizaciones, como lo es la TNT, una convención donde se reúnen cosplayers, cosmakers, gamers, otakus, y amantes de comics e historietas por igual. El siguiente apartado refiere a esas organizaciones que se encuentran en rededor de los cosplayers.

### 1.7.2. El proceso de organizing (organizado) en los EO



Economía	Teoría de la Organización	Estudios Organizacionales
Administración científica (Taylor)	<b>BUROCRACIA</b> Hiper-especialización Centralización Enajenación del conocimiento	<b>Estudio de lo social</b> Polivalencia Conocimiento: condición de todos los integrantes de la organización.
Aspecto formal Modelo burocrático	Enfoques: Contingencia Teoría Burocrática, Teoría de las decisiones, Relaciones Humanas.	Múltiples formas de hacer y cambiar el hacer.
Sistema Cerrado Proceso Administrativo (Fayol)		<b>Sistema Abierto</b>

Esquema 3 - Elaboración propia en base Barba (2014)

## 1.8. Campo Organizacional

Antes de exponer las diversas organizaciones, es básico empezar con la definición de campo organizacional; para DiMaggio y Powell (1996, p.106) son:

Aquellas organizaciones que en conjunto construyen un área reconocida de la vida institucional, los proveedores principales, los consumidores de recursos y productos, las agencias reguladoras y otras organizaciones que dan servicios a productos similares. La virtud de esta unidad de análisis es que nos hace prestar atención no sólo a las empresas competidoras, sino también a la totalidad de los actores importantes.

El campo organizacional es aquel que permite estudiar a una no organización que a su vez concurre con organizaciones formales, las cuales se describirán las principales observadas del periodo no continuo del 14 de febrero al 30 de agosto 2015 debido a que las convenciones son 2 veces al año y es cuando mayor número de cosplayers se pueden encontrar.

La primera organización es el Bazar del entretenimiento y el videojuego conocido por sus visitantes como *Frikiplaza*, a una cuadra del metro San Juan de Letrán.

Es un recinto de diversas locales de 2x2 metros aproximadamente, en la primera planta se encuentra la telefonía celular, que es como empezó en su nacimiento, dicha organización tiene su alta en hacienda, y la renta de los locales varía entre los 4000 a los 5000 pesos mensuales. El primer piso es de fácil acceso al haber una escalera eléctrica, y elevador, se encuentran los locales de videojuegos, y manga, así como playeras. El segundo piso es el de nuestro interés, ya que hay artículos para cosplayers, desde la ropa confeccionada, hasta accesorios que pueden ayudar mejorar la apariencia del atuendo, también se encuentran locales de comida japonesa, y también pueden llevarse a cabo torneos personales de cartas, el último piso es dedicado a los gamers, al haber únicamente videojuegos.

La segunda organización es Capital 8 que se dedica a la venta de mercancía original proveniente de Japón, desde figuras de PVC, armables, mangas, y DVD,

su principal interés es el fomento del anime en México. Se encuentran en las convenciones, y en redes sociales.

La tercera organización, es la Academia Tokiyo Tanaka, una escuela enfocada en la enseñanza de japonés sólo trabaja los sábados de 9 de la mañana a 6 de la tarde, ya que sus profesores –nativos de Japón– están ocupados entre semana al ser académicos de Universidades como el ITAM, y la UNAM.

Es decir, los “campos organizacionales, sus límites geográficos son poco importantes, ya que sus organizaciones pueden ubicarse fuera de las fronteras de los países respectivos (1999, p.227), en el capítulo del estudio de caso se ahonda en la descripción e información de las organizaciones mencionadas.

## 1.9. Referentes Institucionales<sup>26</sup>

### 1.9.1. Lógica Socioeconómica

Se refiere a la ‘imagen’ que Japón ha dado al exterior con los dibujos animados en cuestión de relaciones exteriores con el fin de incrementar el mercado japonés en el exterior, es decir, se ha aprovechado el creciente *boom* en la industria del anime, manga y doramas<sup>27</sup> para explotarlo de diversas formas, una de ellas es en la imagen que proyecta la pantalla a otras partes del mundo.

---

<sup>26</sup> Se retoma el concepto “referente institucional” de la doctora Marcela, al encontrar en la clínica familiar las diferentes lógicas a las que obedece la organización de aquel caso, traslapando el concepto al estudio de los *cosplayers*. *Instituciones son entendidas como aquellos referentes “supra-organizacionales por medio de los cuales los humanos conducen su vida material en el tiempo y el espacio, y a la vez como sistemas simbólicos por medio de los cuales asignan una categoría a esa actividad y le otorgan un significado (Friedland & Alford, 1999, p.295*

<sup>27</sup> El término *dorama*, se aplica a las novelas, o series de televisión con actores.

En México, el supuesto reflejo de su realidad fue plasmado de acuerdo con el guionista y productor de novelas en los años 90 con las telenovelas, siendo conocidas en varias partes del mundo. Telenovelas de televisa –en su mayoría – transmitidas en países como Malasia, y Filipinas, popularizándose incluso el concepto ‘telenovela’, sin embargo la expresión cultural japonesa en los animés fue explotada de una forma más racionalizada, dando así una imagen que es no sólo agradable o desagradable para el espectador sino incluso a veces ensalzada o algunas veces satanizada, siendo de cualquier forma consumida, abriendo paso al mismo tiempo a que la cultura japonesa se adentre en otra cultura, en este caso; la de México.

El aspecto político aquí se encuentra en que a principios del desarrollo de la animación con cortos como *Katsudo Shashin* (1910) que dieron pauta a un mejoramiento en la técnica, siendo en 1931 la primera animación con audio titulada *Kimigayo* en la que se representa el himno japonés con la función primordial de animar el sentimiento de respeto hacia la autoridad imperial y ensalzar el nacionalismo de la época.

La animación juega un rol importante en la cultura japonesa, tanto es así, que se pueden encontrar cortos animados de la segunda guerra mundial utilizados como propaganda nacionalista en el ataque al Pacífico, en donde los aviadores – representados por animales –, culminan en la victoria del ejército japonés sobre las tropas norteamericanas, o como una expresión de liberación sobre los aquejes en la guerra basados en las experiencias de los mangakas<sup>28</sup>.

Al fin de la guerra, y con la derrota de Japón, el manga también sufrió otro cambio. Los mangakas que llegaban a publicar escribían constantemente de las vivencias durante su infancia, la escasez de comida, las muertes y heridos que veían día a día después de un bombardeo, que aquejaban a poblaciones enteras o a sus propias familias. Experiencias propias o ajenas eran relatadas

---

<sup>28</sup> Se denomina *mangaka* a los autores de las historietas japonesas, ya sea desde el bosquejo de los dibujos hasta el desarrollo definido del guión en ‘komas’ (los espacios para el dibujo), es decir el autor del manga.



en sus páginas como único medio de dejar salir sus miedos y frustraciones.  
(Lozano, 2010; p.29)

No obstante, la animación –como el manga –no sólo han sido empleados en estos casos, sino que también han servido –como otros dibujos –de sátiras ante acontecimientos históricos, bien se puede hablar de “Adolf” manga creado por Osamu Tezuka en donde narra la historia de tres personajes que comparten el nombre durante la segunda guerra mundial, denunciando la crueldad y discriminación de aquella época en búsqueda de justicia (Hernández, 2010).

Tezuka –en su época –intentaba reflejar en sus obras, a pesar de que como Astroboy, tenían peleas o contenido violento, un mensaje de respeto y amor a la humanidad contrastándolo con la violencia, además de plasmar un contenido reflexivo para la población sobre lo que sucedía socialmente, sí bien, no en todos sus proyectos, en algunos cuentos.

*Lo que yo intento (Osamu. T) hacer con mis trabajos es simple: amar a todas las criaturas, y trato de expresar este mensaje en cada una de mis creaciones (Hernández, 2000; p.21)*

En la actualidad, no es Osamu Tezuka (el padre del manga como se le conoce) quién tiene una importante influencia dentro de la sociedad japonesa, pues si bien es recordado como el instaurador del estilo y la técnica de ojos grandes en el dibujo, así como admirado por sus diversas obras, también es cierto, que se le recuerda como la sociedad recuerda a sus poetas o artistas.

Sin embargo, el dibujante con influencia en la actualidad es Hayao Miyazaki, autor conocido por sus obras como; *El castillo vagabundo*, *El viaje de Chihiro*, *Ponyo (la sirenita)*, *Mi vecino Totoro*, y muchas obras más. Su trabajo pretende mostrar los conflictos no sólo existenciales o psicológicos por los que pasan los/as niños/as en la etapa de su desarrollo de la niñez a la adolescencia, sino también plasma – metafóricamente –el contexto social en el que viven, siendo así no sólo un dibujante, a una persona que promueve la cultura japonesa dentro de sus trabajos e incluso en su Museo, sino que es lo suficiente reconocido dentro de su propia

sociedad como para que sus argumentos sean considerados dentro de la opinión pública japonesa, sin embargo, la política y el anime no es el tema eje de este estudio, sino la animación como expresión de cultura y el otaku en México.

### 1.9.2. Lógica de mercado

*“Concedemos una gran atención a países que acogen a nuestros contenidos culturales”*

Masahiro Yoshizaki declaró en una entrevista en Francia para el diario *Le Monde*. El acontecimiento se debía a una feria cinematográfica cercas del lago Maggiore, sin embargo, también se encontraban cortometrajes de anime como Pokémon, entre otros, reconociendo en el mismo artículo que Japón se ha convertido recientemente en potencial económico en algo que hace años pareciera no productivo, y sin en cambio, en la actualidad la poca rentabilidad que se encontraba en la producción del anime y al manga ha dado un giro en su economía.

La industria del anime ha resultado ser muy lucrativa para Japón, al punto que aporta un importante porcentaje en el producto interno bruto PIB de este país. Según un estudio de la Organización Japonesa de Comercio Exterior en el 2001, los ingresos obtenidos por la industria japonesa de animación (filmes, videos y producciones) generaron ganancias por más de 1600 millones de yenes (más de 17 mil millones de dólares). Es ese año se transmitieron 2.286 series de anime por televisión nipona. Se contabilizaron 3.567 creadores de anime y 247 empresas productoras en el país. El mayor consumidor de este género, Estados Unidos, le generó a Japón ganancias por más de 4.300 millones de dólares. (Cobos, 2010; p.10)

Es decir, el anime y manga son mercados explotables que permiten la circulación monetaria, política y cultural, influyendo a través de estrategias de difusión en la economía del país japonés.

### 1.9.3. Lógica cultural

Davalovszky señala a Japón como un país que quería copiar a Estados Unidos, no sólo en su forma de producción económica, sino a veces hasta cultural, ha terminado siendo copiado no sólo por Estados Unidos, sino actualmente por países del sur de América y en este caso; México

Ha creado una industria que mueve miles de millones de yenes anuales...En este sentido, no es una casualidad que en los últimos años el Gobierno japonés haya empezado a tomar en serio la cultura popular japonesa y a ver en ella una herramienta idónea para la difusión de la imagen del Japón en el exterior.  
(Davalovszky, 2009)

Siendo así un medio utilizable no sólo como expansión cultural a otros países, ni únicamente económica, sino diplomática, pues el consumo de los medios ya sea por transmisión televisiva, o marketing publicitario, y su principal fuente en esta época posmoderna; la democratización de los medios electrónicos<sup>29</sup> promueven de manera activa y pacifista una ideología en la juventud que consume anime, manga, o música. Interesándose cada vez por la cultura japonesa, sus tradiciones y lenguaje.

---

<sup>29</sup> Pearce menciona que en la posmodernidad los paradigmas se innovan así como la estructura del mundo social, siendo un efecto de ello el internet al cual él denomina como medio electrónico, pero democratizado pues se encuentra al alcance de toda la población que tenga una computadora y acceso al Wi-Fi. Consecuencia de ello es entonces que los medios culturales expresados en el internet también sean democratizados, modificando con ello la estructura moral del sujeto.

## 2. Planteamiento y delimitación del problema

### 2.1. Problema de Investigación

El fenómeno por estudiar no usa el lente convencional de un análisis enjaulado dentro de una rama del conocimiento, es decir, se estudia desde la epistemología del conocimiento que brindan los Estudios Organizacionales en la construcción del conocimiento. En otras palabras, no se estudia una organización, ya que parte del objeto de estudio es el proceso organizado que es “la organización de una organización sin una organización”, en inglés llamado “organizing”.

Es decir, retomando diversas disciplinas de las ciencias sociales se busca realizar un estudio del proceso de organizarse dentro de una tribu urbana, que se converge con distintas organizaciones, y su lugar de encuentro es una convención, o plaza, y su medio de comunicación son las redes sociales principalmente.

La pertinencia misma del estudio desde la perspectiva organizacional y no otra reside en que, al ser los *cosplayers* una tribu urbana se implementa un porcentaje de investigación en teoría sociológica, no obstante la sociología u otra ciencia no es suficiente para explicar la realidad que rodea a los *cosplayers*, la primer explicación mora en que cada individuo interactúa con diferentes organizaciones, de ahí que la sociología no basta para la explicación de la realidad de los *cosplayers* en la sociedad y su relación con las organizaciones, ya que no es sólo un fenómeno local, sino internacional que si bien difiere por las culturas locales e internacionales, así como crea procesos de hibridación, existen organizaciones que sin importar si es en México o Japón, cuentan con diferencias y similitudes al interactuar con la tribu urbana de *cosplayers*.

Lo anterior remite a la relevancia del estudio, la investigación es importante realizarla no sólo para comprender una parte de la realidad en la que se vive, saber de organizaciones que se crean por la demanda de los jóvenes y la posmodernidad misma es importante porque permite observar los cambios en el

país, sus procesos culturales y el crear de nuevas organizaciones o la modificación de las mismas, la mejora continua no se aplica únicamente al trabajo dentro de una organización, sino en la organización en sí, es decir no sólo se mejora el lugar de trabajo, sino a la misma organización modificándola para satisfacer las necesidades de las personas que ofertan la demanda de un producto, pidiendo con sus exigencias la creación o modificación de una o varias organizaciones.

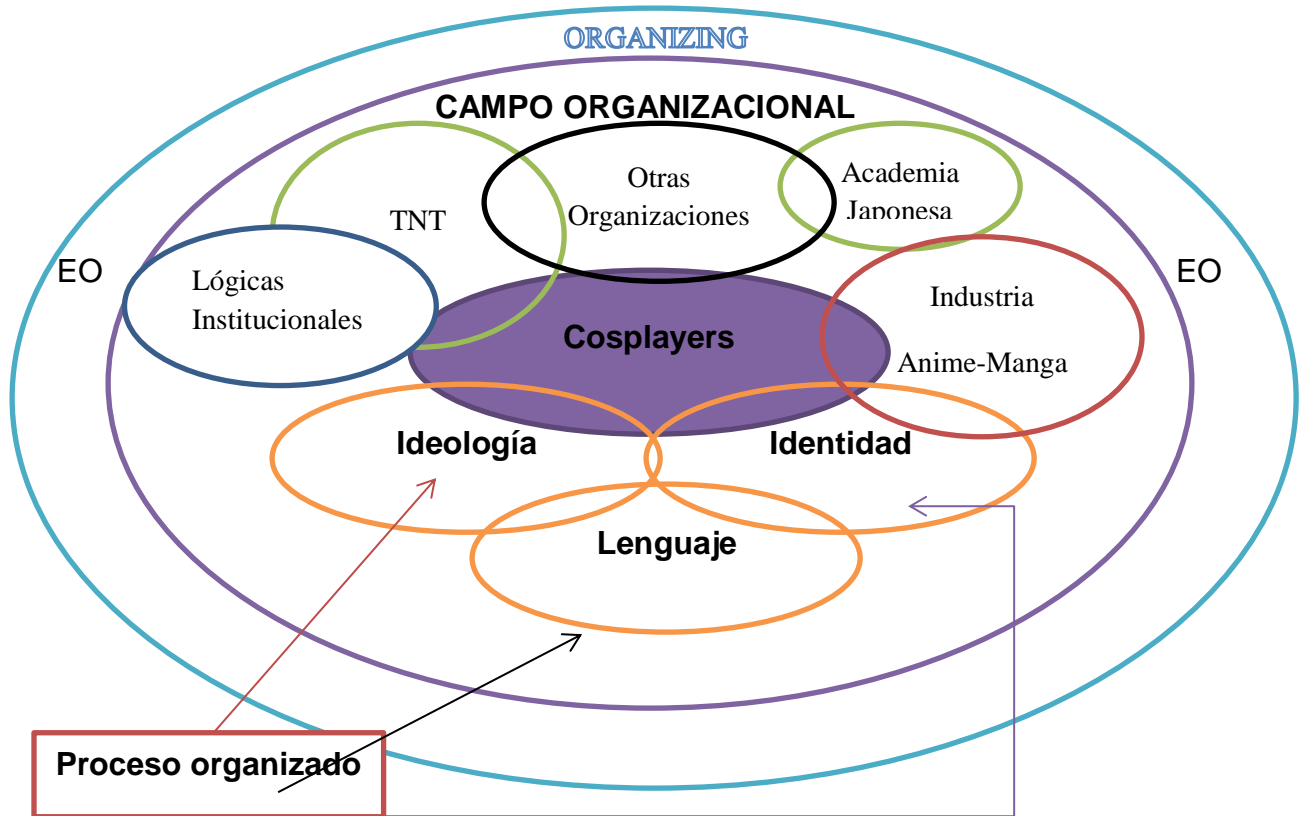
### **2.1.1. Delimitación de la investigación**

El entendimiento de la presente investigación se basa en la comprensión de conceptos ajenos a los Estudios Organizacionales (posteriormente EO), y relacionados de manera simultánea, tomando en cuenta que los EO tienen raíces en la administración, se refuerzan con la eficiencia y ganancia económica, finalmente consolidándose dentro de las ciencias sociales, relacionados con conocimientos de la sociología.

Es entonces, que se crea un esquema de investigación, con el fin de delimitar, y realizar un foco que permita visualizar desde una perspectiva organizacional el tema a estudiar.

El foco es el proceso organizado, las dimensiones de estudio, son; la identidad, el lenguaje, y la ideología, de ahí se derivan otras dimensiones, que se verán más adelante. Sin embargo, con lo planteado en el esquema se comprenderá primero el fenómeno organizacional, posteriormente ofreciendo una relación entre los elementos propuestos se interpretará desde el enfoque organizacional creado, con el fin de entender un nuevo fenómeno dentro del campo de estudio de las organizaciones, que, si bien ha sido estudiado desde otras áreas, aún no se entiende la raíz, que es la organización de una tribu urbana delimitada en otro apartado.

## 2.2. Esquema de la investigación



Esquema 4 – Elaboración propia

## 2.3. Preguntas de investigación

La pregunta guía de la investigación es la siguiente:

- ¿Cómo se manifiesta el proceso de organizing en los cosplayers, y su campo organizacional?
- ¿Influye la sociedad en los cosplayers?
- ¿Por qué es importante el anime en el campo organizacional de los cosplayers?

De lo anterior, se espera obtener respuesta a la problemática de la investigación que se plantea. Sin embargo, las preguntas secundarias que de igual forma guían la investigación son las siguientes:

- ¿Cuál es el proceso organizado de los cosplayers?
- ¿Cuál es el campo organizacional de los cosplayers?
- ¿Cómo se crea su campo organizacional?
- ¿Qué lógicas institucionales persiguen los cosplayers?
- ¿Cómo concurren en diferentes organizaciones los cosplayers?

## 2.4. Objetivo de Investigación

### Objetivo general

Identificar el campo organizacional que rodea a los cosplayers, y analizar el proceso de organizing de los mismos con el fin de entender los procesos de organización de un estudio de caso de un grupo que se organiza de manera informal.

### Objetivos específicos

- Entender los simbolismos, lenguaje y jerarquías dentro de los cosplayers.
- Comprender la relación manga-anime y cosplayers, así cómo está influye en la creación de organizaciones, y en la identidad de los cosplayers.
- La relación organizing y cosplayers.

## 2.5. Marco metodológico

La investigación se plantea con base en la metodología cualitativa, es decir, la hermenéutica y etnografía. La primera basada en Heidegger, y su círculo interpretativo, es decir, su mundo de la vida, aquel que dependiendo de la cultura y tradiciones permite el comportamiento del individuo (Gaos, 1999). La segunda con la observación participativa que es la que nutre la construcción del conocimiento acerca de los cosplayers, su organizing y campo organizacional.

La investigación de la interpretación simbólica, en la examinación de la subjetividad, y las fundaciones sociales de realidades organizacionales, comienzan a hacernos conscientes de nuestra participación en el proceso organizacional. (Hatch, 1997, p. 42)

El proceso etnográfico es el seleccionado para interpretar el objeto de estudio, y entender mejor al grupo, organización, comunidad, o tribu que se estudia (Woods, 2006; Geertz, 2003), no obstante, también se hace uso de entrevistas –cortas- con preguntas concisas que parecieran un cuestionario, pero que nutren de información a la investigación al recopilar no números, sino opiniones y perspectivas de aquellos participantes dentro del campo organizacional de los cosplayers, así como los mismos practicantes del cosplay, complementando la información con la observación participativa.



## 2.6. Diseño de investigación

El diseño de la investigación en base al lente propuesto otorga una planeación de cómo realizar la investigación, de forma tal, que se puedan organizar las diferentes dimensiones con relación a las etapas de la investigación.

---

### Investigación: La importancia del campo organizacional en las modalidades de organización de una tribu urbana. El caso de los *cosplayers* en la Ciudad de México

#### Fenómeno a Investigar

Identidad

El lenguaje

El campo organizacional

Proceso organizado

#### Objeto de Investigación

Cosplayers, crossplayers y cosmakers

#### Objetivo de la Investigación

Detectar la construcción de la identidad en los *cosplayers* en base a sus relaciones con las organizaciones que se relaciona.

#### Pregunta principal

¿Cómo se manifiesta el proceso organizado en los *cosplayers*?

¿Cuál es su campo organizacional?

¿Influye la sociedad en los *cosplayers*?

¿Por qué es importante el anime en el campo organizacional de los *cosplayers*?

#### Metodología Cualitativa

Simbolismo interpretativo

Organizing

Recursos lingüísticos

Relaciones sociales

Sentido de pertenencia (ID)

#### Niveles de análisis

Individuo-Campo organizacional

#### Estudio de caso

Diseño en base a su carácter simbólico

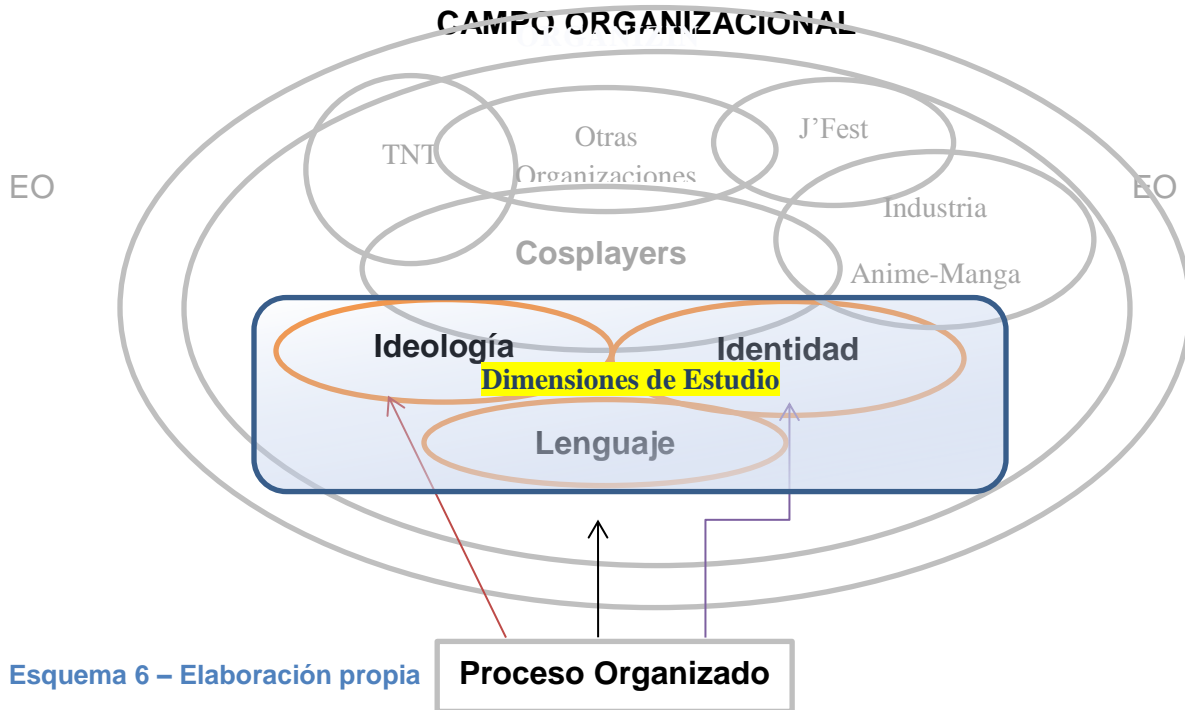
#### Variables de análisis

Individuo-Proceso organizado

---

Esquema 5 – Elaboración propia

## 2.7. Dimensiones y sus categorías



### ❖ Categorías de las dimensiones

- ✓ Identidad
  - Individuo
  - Relación individuo-proceso organizado
  - El yo y los otros
- ✓ Ideología
  - Pensamientos
  - Creencias
  - Actos
  - Forma de vida
- ✓ Lenguaje
  - Expresiones y significantes
  - ✓ Proceso Organizado
    - Proceso de organizacional
      - Cosplayer
      - Organizaciones (TNT/Frikiplaza)
  - ✓ Campo Organizacional

## 2.8. Estrategia metodológica de investigación

La recolección de información, es decir, la estrategia de investigación se basa en desglosar las dimensiones antes señaladas, y plantearlas en un esquema de entrevista estructurado; de igual forma, se realiza una observación participativa.

Dimensión	Categoría	Estrategia	Información
Identidad	Teórico latente	Análisis Teórico	Bibliografía y etnográfica
Ideología	Manifiesto en el individuo	Observación participativa	
Lenguaje	Manifiesto en la organización		
Estudio de caso	Historia	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Análisis biblio-hemerográfico</li> <li>❖ Observación participante</li> <li>❖ Entrevistas semi-estructuradas</li> </ul>	Etnografía y hermenéutica
	Participantes		
	Procesos		Entrevistas
	Actividades		
Organizing / Proceso organizado	Proceso de organización	Observación y análisis teórico	Bibliografía y etnografía Entrevistas
	Elementos de organizing		
Campo organizacional	Organizaciones	Observación y análisis teórico	Bibliografía y etnografía Entrevistas
Lógicas institucionales	Social	Observación y análisis teórico	Bibliografía y etnografía Entrevistas
	Económica		
	Estética		
	Lenguaje		
	Cultural		

Esquema 7 – Elaboración propia

### 3. Estudio de Caso

Entender a los cosplayers se logra a base de la observación de campo con el fin de explicar las lógicas institucionales que se desarrollan en este apartado, a su vez, es relevante comprender sus usos y costumbres, y modalidades de organización en relación con su campo organizacional. El análisis de este apartado comienza con las organizaciones que rodean a los cosplayers, es decir, los lugares de reunión que son las convenciones, el bazar del entretenimiento y el videojuego, finalmente la academia Tokiyo Tanaka, no obstante, también se señalan elementos como las salidas informales de los cosplayers, el uso de las redes sociales como medio de interacción y contacto, así como la creación de los maid-café en México.

Este apartado divide el campo organizacional en tres niveles clasificados en relación con la relevancia que tienen a la caracterización y organización de los cosplayers.

- I. Primer Nivel – Convenciones (TNT & J’Fest)
- II. Segundo Nivel – Bazar del Entretenimiento y el Videojuego & Maid-Café
- III. Tercer Nivel – Academia Tokiyo Tanaka

El primer nivel se define de acuerdo con su impacto y características, es decir, la convención es un lugar que se canaliza como medio para llegar a un fin, que es el de otorgar un espacio temporal de sociabilización para los cosplayers y en general fans de la animación para que interactúen y se recreen a sí mismos en el lapso que dura la convención.

El segundo nivel puede se considera de menos relevancia, puesto que, si bien está abierto la mayoría de los días y los cosplayers, así como fans de la animación pueden frecuentar las veces que sea necesaria, los concursos de cosplay son de igual forma en ciertos periodos temporales y no solamente se encuentra como

objetivo el anime o manga, es en general un lugar de reunión para fanáticos de comics, películas, videojuegos, entre otros medios como la música coreana.

El tercer nivel es la Academia Tokiyo Tanaka, no por falta de relevancia, se le considera así a causa de que no todos los alumnos que ingresan son otaku<sup>30</sup>, y es menor el porcentaje de cosplayers, no obstante, la mayoría cubren el perfil de haber visto algún anime o conocer sobre el tema, con excepción de los profesores y alumnos japoneses que al sentir como algo normal el anime, restan la importancia excedida que se le otorga en México. No obstante, es un lugar de reunión sobre personas que gustan no sólo de ver series o jugar videojuegos, si no de ampliar su mundo de la vida a través del estudio de la lengua japonesa, de ahí la relevancia en relación con la lógica del lenguaje.

Finalmente, el capítulo se termina con el complemento de las salidas informales, es decir, fuera de las organizaciones mencionadas, y que son organizadas a través de redes sociales con el fin de sociabilizar entre los diferentes individuos.

### 3.1. Primer Nivel del Campo Organizacional - Convenciones

#### 3.1.1. TNT

TNT, nombre designado a la convención de anime y manga, sin embargo, sólo se estudió la de inicio de año y la de noviembre, existen otras convenciones con relación a los cosplayers, sin embargo, son fuera de la Ciudad de México como en Tlaxcala, Puebla, Querétaro, Guadalajara, no obstante, el objeto de estudio es únicamente en la Ciudad de México.

---

<sup>30</sup> El término otaku, como se ha mencionado y manejado en el texto refiere a la persona o individuo que es fanático de la animación o la historieta japonesa, que puede o no llegar a ser un cosplayers, existen diferentes tipos de otakus y su clasificación requiere de un estudio aparte debido a que pertenecen a otra tribu urbana, sin embargo, los cosplayers de anime pertenecen a una categoría interna de los otakus. Es decir, se puede ser otaku sin ser cosplay, pero es poco probable que se sea cosplayer de anime sin ser otaku.

La TNT es una organización que se estructura de una forma peculiar, todo comienza con un café en la mañana o una comida en la tarde entre los organizadores, el número de organizadores es variable, no obstante, la mayoría de las veces son cinco personas que se encargan de realizar funciones polivalentes, es decir, la persona que reunió a los demás participantes fue con la idea de crear un espacio para los jóvenes y adultos que gusten de la animación japonesa, un lugar recreativo que no existía.

Manuel Cabrera posteriormente referido como MC, organizador de la primera y segunda convención de My Little Pony, comenta su experiencia sobre cuál fue su motivación, y la de seguramente otros organizadores de convenciones con las siguientes palabras:

Desde el principio como un espacio libre de prejuicios para esas personas en específico, digo, yo me consideraba dentro de ese círculo ahorita ya no, los intereses cambian, uno se adapta a otras cosas, etcétera. En ese momento dije pues sí o no; a mí me gustaría propiciar un ambiente donde esta pueda llevarse con normalidad sin criticar, sin prejuicios y quiero pensar que se logró, no sé si desde el principio. Ese es el objetivo de la convención; *crear un espacio sin prejuicios donde puedan convivir puedan aportar y puedan este pues disfruta de lo que les gusta*. Digo entre los gustos más normales, digo entre los más usuales, está, por ejemplo: el Vive Latino para los que les gusta el rock, están las galerías de arte para los entusiastas, yo quería hacer algo similar para fans de un nicho; porque si existe la mole y la TNT, pero yo quería algo específico para este fandom<sup>31</sup> que no existía.

En la convención de My Little Pony, si bien no es de anime, es un evento organizado cuyo sentido es el semejante al de la TNT para los fanáticos del anime, y es el de crear un espacio para los individuos que gustan de la animación y sin

---

<sup>31</sup> Se le denomina fandom al grupo de individuos que comparten una misma afición de una serie específica, esta puede ser animada o no.

embargo no tenían dicho lugar recreativo fuera de la aceptación o falta de la misma dentro de la sociedad.

Retomando la TNT, en donde cada miembro organizador no vive del plus valor producido por la convención, ya que cada uno de ellos tiene un trabajo establecido y remunerado, la organización de la TNT, si bien es lucrativa, su origen fue para dar un lugar de reunión a aquellas personas que gustan de ver anime, y leer manga.

En cuestión de ganancias no me hice rico, [...] pero pues mi principal reflexión es esa, si realmente van a entrarse, si realmente alguien va a entrar así, lo que tienen que ver, es ver la visión de negocios. Y a lo mejor algo que no estaba muy de acuerdo en ese momento y que ahorita quizá lo veo de otra manera es la cuestión de patrocinio, o sea patrocinios, sobre todo, si hay, si hay algún producto que se vaya a necesitar, buscar alguien que te patrocine ese producto, o si hay alguien que te el dinero como tal, pues adelante. (MC)

La convención de My Little Pony no fue lucrativa, a diferencia de la TNT que, sin embargo, la inversión es mayor y el precio de los boletos no es caro, pues ronda entre los 80 y 120 pesos, en la TNT se cobra a los vendedores por tener un lugar en el que exhibir sus mercancías, y de ese dinero junto con el de los boletos se paga a los artistas invitados internacionales que participan en las convenciones, se cubre la renta del Centro de Convenciones o Expo Reforma.

En TNT, sobre todo, yo, yo ya no voy convención Tlatelolco, porque es demasiado ruidoso, no es cerrado, yo ya no puedo. En Expo Reforma si hay, pero es un salón ¡enorme! No es una conferencia de ese nivel, necesito un salón, es mucho 150, pero siempre hay salón de 400... 500, entonces ocupo un salón cerrado de 500, como, así ¿no?, hasta me da pena, desperdicio ¿no?, pero dicen que no existe. Porque está, está hecha para, para adquirir por salones

¿no?, por eso, entonces no es culpa de TNT, hasta me da pena. Además, cuesta bastante además adquirir un salón, él renta todo. (Directora Tanaka/DT).

La organización de la TNT es esporádica, no es formal, porque los cosplayer no pertenecen a un sindicato, es una afición de diferentes fandoms y se disfrazan por el gusto de hacerlo, sin embargo, la TNT es formal en el sentido de que se encuentra registrada, paga impuestos y realiza contratos tanto informales, de palabra, como formales, escritos y certificados.

Una de las participantes constantes en la TNT es la directora de la Academia Tokiyo Tanaka, cuya participación se remonta a siete años aproximadamente, a diferencia de otros invitados, ella no cobra porque le gusta compartir su cultura y además fue introducida a través de uno de los alumnos de su academia ante el organizador Octavio, a partir de ese momento; algunos de los profesores de la misma academia participan sin fines de lucro al tener acuerdos verbales con el organizador de la TNT.

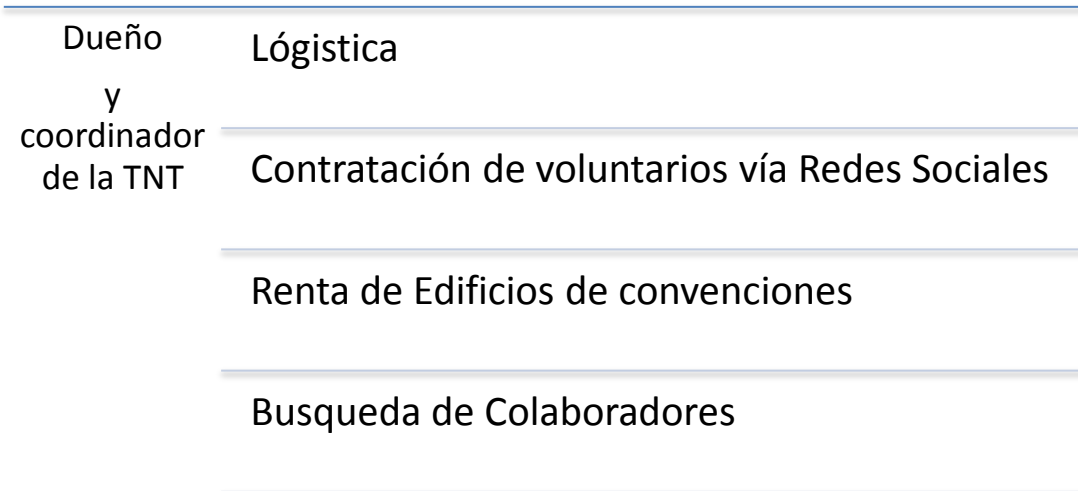
Le tuvo que hablar a alguien como yo, que tengo...preparaciones, de Japón, y algo serio, ósea, y yo dije si, vamos primero, vamos a hacer alguna cosa cultural muy directamente de Japón, emn, y hicimos una presentación, eh... de vida moderna en kimono, kimonos, kimonos de boda, y... de muchos kimonos que yo tengo, de mis papas, mi mamá sobre todo, y también mi papá, mis abuelas, sacaron, saqué todo, cómo se visten, que es eso, cuáles es el significado de dibujo, cuál es el largo de manga, parece que le gustaron mucho, y ahí empecé, y pero no, ésa, voluntariamente, no cobré, ósea, yo no quise cobrar, ellos querían ofrecer, pero yo no, no quise, quiero hacer como se debe, además es mi cultura, mi este... sigo así, sigo haciendo, este... evento ya cambio, cada vez más grande, un salón, qué será, como, mn, conferencia, y este... va a ser como..., ósea, canciones japonesas, ¿no? Y grupo (DT)



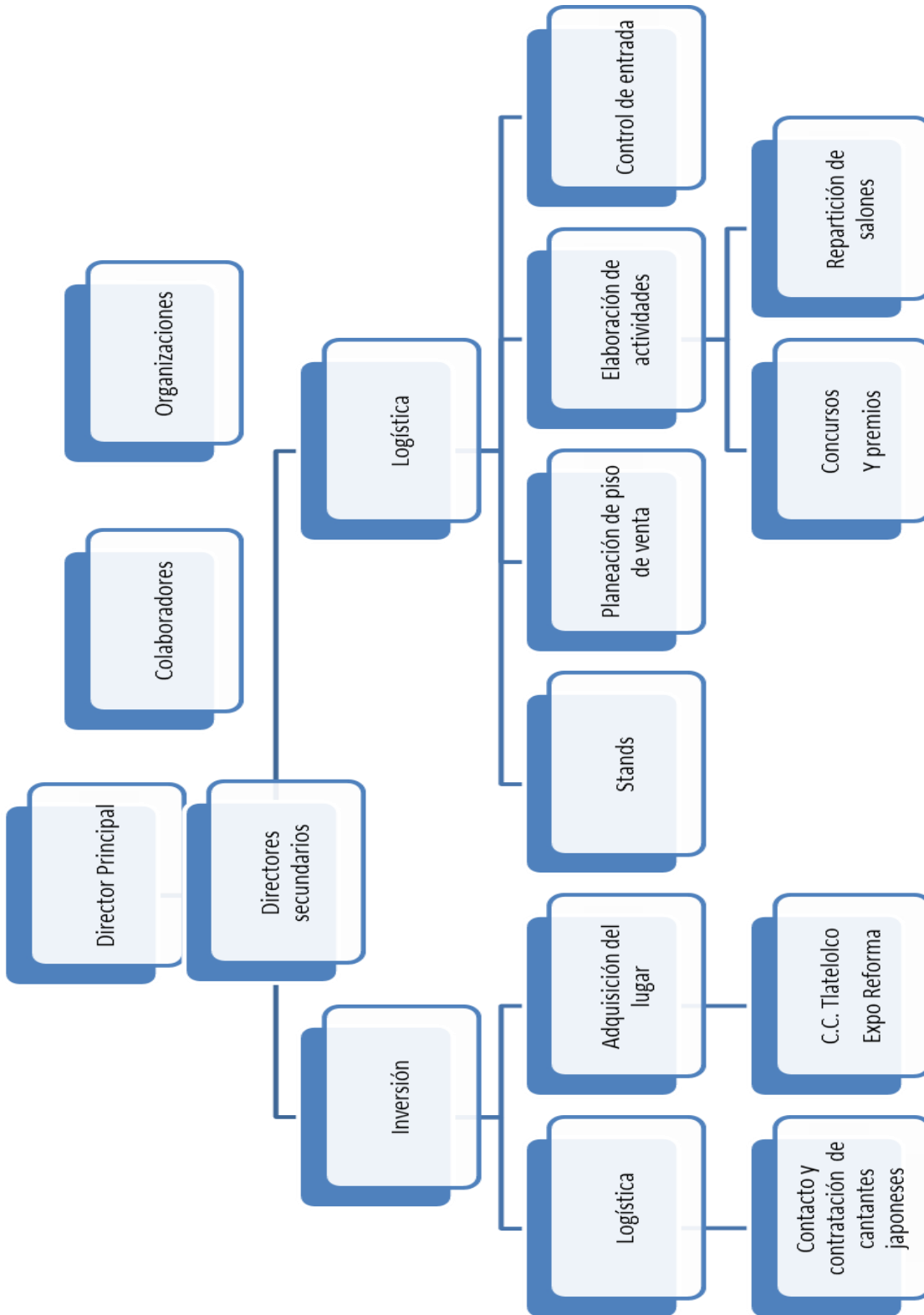
La TNT es un lugar que permite el encuentro de los cosplayers, de diversos estados en la capital del país, realizando actividades como concursos, y premios a los mejores performances y disfraces que ganan un viaje a Japón en agosto para representar a México como cosplayers profesionales.

El significado de la TNT proviene del hidrocarburo trinitrotolueno, explosivo, pero estable que es relativamente insensible a la fricción, a los golpes o a la agitación, es decir, es una organización creada como se mencionó con anterioridad por fans, que, a pesar de la crítica social, y acoso de la misma, defienden su ideología, no con métodos agresivos, pero si al reunirse en un espacio sólo perteneciente a la tribu de los cosplayers.

Es una organización innovadora adhocrática, ya que la estructura que parece no estar organizada es un desorden ordenado que funciona, cuyo objetivo es satisfacer las demandas de los clientes, es decir, los cosplayers.



Esquema 8 - Elaboración personal en base de entrevistas



Esquema 9 - Elaboración personal en base de entrevista.

## Director Principal

La dirección pertenece al creador de la idea original, Octavio, el organizador que pensó en realizar la TNT para que los fanáticos de anime y manga tuvieran un lugar de encuentro y al mismo tiempo escape de la cotidianidad, sumando que era necesario el espacio recreativo que otorgase seguridad al cosplayer con el objetivo de reafirmar su identidad y permitirle un espacio para un sentido de pertenencia.

La función del director es la de reunir a los otros organizadores, contactarlos, tomar las principales decisiones en la organización de la convención, así como contactar a los talentos que participan en dicha convención, con apoyo del director de logística, sin embargo al ser pocas personas el sentido de polivalencia e amplifica, además de que implementa innovaciones y decide promover la cultura japonesa dentro de la TNT para que las personas que atienden esa convención, no sólo tengan un espacio –como se mencionó– también se busca difundir la cultura japonesa y en lo posible igualarla al nivel de las convenciones de anime en Japón. Se otorgan premios a los cosplayers, que son incentivos para mejorar en la confección de su vestimenta, varias parejas ganadoras han ido de viaje a Japón como representantes del cosplay mexicano, así como concursantes de otros países también participan para determinar quiénes son los cosplayers con calidad mundial.

En el año 2016, la convención TNT alcanzó el impacto deseado que ha venido creciendo desde años anteriores, y es el ser reconocido por otros países. La TNT vende sus boletos de ingreso no sólo a México sino al exterior, tiene un soporte en su plataforma de internet en idioma francés, alemán, inglés y japonés; así como la opción de compra vía PayPal para los que no residen en el país. Sin embargo, no se limita al anime y manga, también otorgan pequeños espacios para la música coreana y el comic americano, pero el principal objetivo de la TNT es ser una convención dedicada principalmente con impacto en todo México y el exterior para promover la cultura y el talento japonés relacionado a la industria animada.

## Directores secundarios

No son subdirectores porque tienen una jerarquía igual a la de el organizador principal, sin embargo, al tener una responsabilidad parcial más no total de la organización de la TNT se les clasifica por fines teóricos como directores secundarios a los sujetos cuyo rol dentro de la convención es el de supervisar, así como dar seguimiento y soluciones a las problemáticas que se presenten en el proceso organizado.

## Colaboradores

Los colaboradores son aquellos individuos que prestan sus servicios sin que se les cobre una cuota por el uso de los salones alquilados para la TNT, pero tampoco se les remunera su participación en forma de pago, únicamente se les otorga un soporte monetario para gastos de transporte o alimentos, es decir, son los voluntarios que se dividen las dos categorías.

- Voluntario Laboral
- Voluntario Participante

El voluntario laboral es el individuo que se ofrece a ser parte del personal o staff de la convención durante los días que dure la misma, su objetivo es ayudar e incluso estar detrás del escenario otorgando soporte a los talentos que se presenten.

El segundo tipo, es el voluntario participante, a diferencia del laboral, no recibe ayuda monetaria, una comida quizá, pero basado en un acuerdo verbal. El voluntario participante es moderador o presentador de un evento.

## Organizaciones

Las diferentes organizaciones que participan en la TNT son variables y se presentan de acuerdo con la presentación de actividades que se pretende presentar en dicha convención. Se dividen en tres categorías.

- I. Lucrativas
- II. Culturales
- III. Informales

Las lucrativas son aquellas que pertenecen a una editorial, empresa o tienda legalmente establecida cuyo objetivo es presentar sus productos en los Stands dentro de la convención con el fin de venderlos y generar un plus valor que exceda su inversión al pagar por el Stand asignado, es decir, son aquellas organizaciones que vende; manga, anime, revistas, figuras originales de acción o colección, disfraces de marca, videojuegos, o artículos japoneses.

La segunda clasificación son las organizaciones no lucrativas, uno de los participantes es la Academia Tokiyo Tanaka cuya participación es a través de ponencias, ofrecimiento de muestra de cocina y comida japonesa. Otras organizaciones se presentan voluntariamente como es el caso de Yamaha, al presentar un grupo de música japonés creado por ellos mismos para difundir su cultura, también se han presentado organizaciones con profesores de Iaido, Kyudo, Karate, Kendo y Caligrafía.

La tercera organización es la informal, es decir, es un conjunto de individuos que manejan productos hechos por fans y para fans, en los que se pide un costo de recuperación por la venta de los mismos, lo que define con el término piratería. Se realiza venta de muñecos, trajes de cosplay realizados por fans, camisetas personalizadas, es una línea gris como le llama Manuel Cabrera, ese claro-oscuro que se maneja en las convenciones al poder dar un espacio a los fans de que vendan sus manualidades.

## Inversión

La inversión se realiza por parte de empresas establecidas que otorgan soporte financiero para la realización de actividades, a su vez, cooperan con los premios, es decir, es una inyección de capital en forma monetaria o con reconocimiento por parte de organizaciones establecidas y legales que patrocinan la TNT.

La segunda parte de la inversión se da por parte de los mismos organizadores que invierte su propio capital con el fin de sacar una remuneración, y la meta de la convención de ser la mejor convención de anime y manga en México.

## Logística

La logística que está a cargo de los directores secundarios consiste en conseguir el lugar en el que realizará la convención, elaborar el plan de actividades, planear la venta en los diferentes pisos, capacitar a los que van a estar en el control de entrada y salida de la convención, definen la repartición de salones, así como los premios y concursos dentro de la convención.

## Políticas de la TNT<sup>32</sup>

- I. Tienes derecho a ser tratado con cortesía y respeto.
- II. Así mismo, deberás tratar con cortesía y respeto a staff, trabajadores, expositores e invitados.
- III. Si pagaste boleto, tienes derecho a participar en todas las actividades de Expo TNT que tu boleto ampare.
- IV. El personal de TNT y del Centro de Convenciones tienen la obligación de servirte.
- V. Nadie puede obligarte a hacer algo sin tu consentimiento.

---

<sup>32</sup> Para mayor información y actualización de la información consultar su página web oficial que es de dónde se extrajo la información.

- VI. Nadie tiene derecho a acosarte de ninguna forma.
- VII. Tienes la obligación de cumplir con los reglamentos de TNT, del Centro de Convenciones y las legislaciones locales.
- VIII. Deberás seguir las indicaciones que el staff de TNT y del Centro de Convenciones te den.
- IX. No podrás ingresar con objetos prohibidos o que supongan un riesgo para los demás asistentes.
- X. Utilizarás el mobiliario e infraestructura para lo que fueron destinados, evitando en todo momento su abuso y maltrato.
- XI. Reglas de acceso, gestión y comportamiento de TNT en base a legislaciones federales y locales.

No se permite el acceso a cualquier persona en posesión de cualquier tipo de arma (pistolas, municiones, rifles, etc.), explosivos, materiales peligrosos, objetos contundentes que puedan ser utilizados como arma, proyectiles, artículos de metal con filo o aristas, aerosoles, sustancias químicas y/o tóxicas, etc.

No se permitirá el acceso y se remitirá a la autoridad correspondiente a las personas que pretendan ingresar con o se encuentren bajo la influencia de alcohol y/o drogas. Se prohíbe el acceso con alimentos y/o bebidas. No se permitirá la entrada con animales.

Para el ingreso de maquillaje, el mismo deberá estar en una bolsa transparente tipo ziploc para su rápida revisión. Aerosoles, botellas de más de 100 ml, tijeras, etc., están prohibidos.

Los invitados y horarios podrán sufrir cambios de último momento. Los participantes no podrán ingresar si sus vestimentas dejan al descubierto sus partes íntimas o sus disfraces son juzgados demasiado atrevidos. Hay cero tolerancias a acosadores. Evita tomar imágenes no apropiadas y/o no consentidas por la persona en cuestión. No se permite la compra/venta y/o

solicitud de cualquier bien o servicio sin el consentimiento expreso y por escrito de Expo TNT al interior del evento.

Reglamento de props (materiales, accesorios y demás en disfraces)

Todos los asistentes deberán pasar por filtros de revisión sin excepción. El personal de seguridad deberá tratarlos con profesionalismo y dignidad.

Todos los props, armas u objetos que no se consideren seguros deberán de ser dejados en custodia del equipo de seguridad para ser guardados durante la estancia del dueño en la convención. El negarse a esta disposición será motivo para la negación de la entrada, sin responsabilidad alguna para TNT. Todos los objetos serán evaluados de manera individual. Corresponderá al personal asignado decidir sobre cada objeto.

Los objetos no permitidos son: armas funcionales, objetos punzocortantes, explosivos, proyectiles, aerosoles, espadas metálicas con o sin filo, arcos funcionales, pistolas de municiones u objetos que por sus dimensiones o composición supongan un riesgo para la integridad física del público.

El incumplimiento de estas reglas puede ameritar: llamada de atención, negación de ingreso a la convención o expulsión de la misma.

Cualquier asunto no especificado será resuelto por la directiva de Expo TNT y/o el Centro de Convenciones. Sus decisiones serán inapelables.

#### *Materiales prohibidos en la confección de las armas de cosplayers.*

Vidrio, cerámica, cualquier líquido o polvo, pistolas y rifles. Las pistolas o rifles de agua transparente no entran en estas restricciones, más deberán de permanecer vacías todo el tiempo. No se podrá ingresar con armas verdaderas.



### Espadas, cuchillos y herramientas.

Deberán estar sin filo. No podrán estar hechas de metal cortante o material afilado. Están prohibidas si están hechas de metal o se consideren peligrosas. Armas y objetos diversos. Los arcos no podrán ser reales/funcionales y deberán estar deshabilitados para disparar. Las flechas deberán ser de punta no afilada y no podrán ser metálicas. Boomerangs no pueden ser reales o utilizables. Las cadenas metálicas son permitidas siempre y cuando no sobrepasen los 30 cm y de un espesor menor o igual a 2.50 cm. Otros materiales son permitidos siempre y cuando la cadena sea de una longitud razonable y no posea algún riesgo. Las astabanderas no podrán ser metálicas y los bastones no podrán ser de metal o madera sólida. Cadenas, esposas o cualquier otro objeto (como cuerdas) cuya función sea restringir los movimientos de una persona deberán pasar por evaluación, y no podrán ser usados en otra persona.

Lo anterior es la forma en la que se encuentra semi-estructurada la TNT, ya que no es una organización con roles fijos, tienen un sentido de polivalencia, y se turnan las funciones, excepto la de logística, que es realizada en una reunión informal, el proceso se da en una plática como se mencionó en el apartado anterior, de ahí, llegan a un acuerdo en el que cambian o agregan actividades en relación a la convención pasada, invierten presupuesto propio para la organización del evento, y deciden qué se va a hacer.

Después de eso, se hace uso de propagar la información por medio de una página web, redes sociales, en algunas ocasiones cuando aún falta tiempo para la Convención, se leen las peticiones, y se ve si hay forma de modificar el evento, o agregar la petición (de varios fans<sup>33</sup>) para la próxima convención.

---

<sup>33</sup> Se define fan a todo aquel que participa en la votación de la petición, sea o no cosplayer.

Dentro de las actividades se encuentran conferencias académicas, presentaciones de series animadas por televisoras oficiales, posters, ventas de figuras de acción, cantantes de Japón y Corea, así como dance-covers<sup>34</sup>, que son organizados la mayoría de las veces en el transcurso del evento, ya que no tienen un plan específico, pero sí un bosquejo del mismo, de la misma forma se encuentran los concursos de cosplayers, en la que se puede observar la pasarela de los mismos, el costo de la entrada es 100 pesos por persona, y si se compra boleto doble es de 120 pesos por dos personas. Aquellos que llevan cosplay no pagan entrada, aunque sólo aquellos que son semejantes al personaje que interpretan, los demás que sólo son por entretenimiento pagan su entrada normal.

La convención tiene como objetivo, el otorgar un lugar de reunión para fans de la animación, y de disfrazarse, así como realizar un juego de rol del personaje en un performance. De igual forma, se consiguen objetos (*goods*) que no se encuentran en otros lugares de reunión.

### 3.1.1.1. Posmodernidad y Sociedad

El individuo que se siente atraído a ser cosplayer se origina por diferentes circunstancias, en las entrevistas, y observación se percibe que la crisis de identidad y falta de pertenencia a un círculo social reside en el conflicto que la posmodernidad trae consigo, la falta de valores definidos, la inseguridad dentro de una sociedad inestable económica y políticamente es lo que hace que el individuo busque un lugar de pertenencia y al mismo tiempo un escape momentáneo de la realidad.

En Japón el individuo recurre a ver anime y manga como una forma de entretenimiento y desfogue de la presión social, es decir, de la exigencia que se tiene en los jóvenes al pedir de ellos excelencia y calidad. En México, no obstante,

---

<sup>34</sup> El dance-cover es la acción de aprender una coreografía de una canción de algún grupo (asiático), y presentarla con un atuendo semejante al del vídeo, o variable, sin embargo los pasos y ritmo debe ser similar al original.

el escape de la realidad que los jóvenes o individuos que consumen manga y anime, en algunos casos convirtiéndose en cosplayers, reside en encontrar un lugar que esté fuera de la violencia que se percibe en las noticias, las drogas, el bullying, y los problemas sociales de falta de lugares en las escuelas. De acuerdo con la observación de campo, varios jóvenes que ingresan en el círculo de los cosplayers son individuos que comienzan viendo algún anime sin clasificarlo como tal, y se adentran poco a poco en la especialización de algún conocimiento relacionado a una serie logrando con ello el sentido de pertenencia, posteriormente expresan su gusto por la animación a un círculo pequeño de amistades y a sus familiares. En su mayoría, los jóvenes son comprendidos por sus padres después de que ellos explican que la animación no es mala, no produce vicios más allá que el querer estar en el ordenador por varias horas consecutivas, sin embargo llevan una vida relativamente normal, pertenecen a la tribu urbana de cosplayers y pueden interactuar con otros individuos de otras tribus urbanas, no son personas de conflicto, no obstante, en la preparatoria número 7 de la Ciudad de México, en el año 2012 se generó el siguiente conflicto.

La preparatoria tenía la posibilidad de crear clubes para sus alumnos, se reunía cierta cantidad de alumnos, mínimo cinco, se entregaba el proyecto y las actividades que se realizarían en el club y finalmente la forma de evaluación de los estudiantes de acuerdo a la realización de objetivos dentro del mismo.

Se formó el club, obteniendo más miembros posteriores a tener su lugar asignado en un salón de la escuela, las actividades consistían en hablar de anime, manga, dibujar, y difundir la cultura japonesa principalmente. El conflicto que se tuvo en el club fue a partir de la última actividad señalada, cuando algunos miembros del club de anime quisieron difundir datos básicos de la cultura japonesa, y se tocó el tema de la “geisha”, los miembros del club cuando se les preguntó respondieron que era mujeres entrenadas en las artes, y la política para entretener a funcionarios de alto rango, la contestación de los jóvenes no pertenecientes fue “son sólo prostitutas”, esa frase fue la que enervó los nervios de los miembros del club de anime que intentaron explicar que el concepto que se tiene en México de “prostitución” y la función de una “geisha” era diferente, se perdió la paciencia y el

dialogo terminando en agresión física entre los ambas posturas, finalmente el club de anime fue disuelto cuando los miembros lo dejaron uno a uno, Aarón comenta:

Me gustaba, ósea, está bien, ya sabes, mn, hablar de lo que te gusta, pero no... no me gustó que se pusieran agresivos, eso no es pá lo que me uní, sólo me gusta el anime

Después de ese incidente, algunos jóvenes fueron molestados por su gusto hacía la animación hasta que se graduaron de la escuela, haciendo que los jóvenes dejaran de expresar su gusto al canalizarlo en un club, manteniendo un perfil bajo en la escuela y compartiendo su afición de forma personal después de eso.

Lo anterior permite decir que en su mayoría son jóvenes que gustan de la animación, y la expresan de diferente forma en actividades recreativas, aunque no siempre son sujetos tolerantes, su conexión entre ellos es el gusto por la animación y el disfraz, no existe un perfil socioeconómico o educativo en específico.

No, pues... eh, ahorita no estoy en la escuela, es mi segundo intento para la universidad, pero estoy trabando [risa], no es fácil, mnh... no es caro mi cosplay, pero quiero ir a las convenciones disfrazada, y este... tengo que pagar mis exámenes [...] Nah, no sale caro, sólo he participado una vez en uno oficial, uhm, pero lo hago porque me gusta, eh.... La peluca unos 300 pesos, y 100 o 200 del traje. (CM)

¡No!, sólo venimos a divertirnos, este año no participamos, nuestro cosplay es sencillo está vez, no merece participar. S&F

Los extractos anteriores son de cosplayers en una convención, la primera persona es alguien que busca entrar a la universidad (en odontología), pero no lo ha

conseguido, sin embargo, dedica su tiempo a estudiar, trabajar y confeccionar su disfraz, tiene amistades, y el apoyo de su madre.

No hace nada malo, la primera vez la acompañé para saber si me decía la verdad o no (Madre de familia)

Entonces si le gusta su colaboración con la TNT, ¿y si tiene una opinión positiva de lo que es el cosplay? [Entrevistadora]

Sí, mucho, mucho, ¿por qué? ¡eso es bonito! Porque gente borracha, habla bullying, ósea, desahogarse de esa energía juvenil, porque hacen para ello, droga, bebida, ósea... es mucho más sano convertirse en Naruto, que como quiera ¿no?, gastar horas, por lo menos preparando su escenario y aprendiendo... enseñando que Japón, nuestra gente, hmn. (DT)

Varias madres de familia acompañan a sus hijas –no a sus hijos- a esos eventos, o los dejan ir con amistades que ellos aprueban, o familiares.

El comentario de S&F, es de un hombre vestido de samurái, iba con su esposa, hermano, e hijo, todos disfrazados. Son cosplayers que tienen más de diez años realizando la actividad, así conoció a su esposa y en sus tiempos de ocio, realizan sus disfraces, asistiendo a la TNT, en ocasiones participan en concursos cuando consideran han invertido esfuerzo y dedicación a su disfraz, si no es así, asisten con el fin de divertirse.

Mn, pues me llevó bien con ella, es una Doc. muy light, está en el departamento de Ciencias Biológicas, eso sí, cuando estamos en el trabajo no hay descanso, pero en la comida o la salida nos ponemos a platicar de nuestra serie favorita, me gusta trabajar de su asistente. (Estudiante de idioma ruso en la UAM)

Como se observa, no existe un factor en común que sea medido por el nivel socioeconómico, varios jóvenes son de zonas como Iztapalapa, algunos vienen de

Puebla, Monterrey, Nuevo León, Sonora, Veracruz, Tamaulipas y Tlaxcala para asistir a las convenciones, aunque en los últimos años se han realizado convenciones e diferentes Estados de la República con el fin de llegar a los aficionados de diferentes regiones.

Realizar cosplay -como se mencionó- es salir de lo cotidiano y escapar unos momentos de la realidad. No obstante, hay cosplayers que tienen conciencia de clase, y de la realidad social, únicamente les gusta divertirse un momento, y existen aquellos que se obsesionan y pierden el sentido de la realidad o comportando de forma inmadura, dentro de los mismos cosplayers existen cuatro perfiles detectados.

- Introversos-estudiantes. La primera clasificación reside en aquellos que esconden su gusto, y sólo se manifiestan por redes sociales, interactuando acerca de sus gustos únicamente con personas de las que está seguro aceptan su afición y la comparten.
- Introversos-no estudiantes. Pueden llegar a caer en la clasificación de NINI cuando están desempleados, sin embargo, varios son trabajadores a tiempo parcial con la aspiración de conseguir un empleo fijo, o entrar a una universidad sin decir sus gustos.
- Extroverso-estudiantes. La tercera clasificación reside en aquellos que expresan su afición, y toman el papel de líderes en el momento de crear grupos virtuales y promover eventos de cosplay, invitando e interactuando con diversas personas al tiempo que les gusta realizar actividades como aprender japonés, computación, comunicaciones o algún conocimiento especializado.
- Extroversos-no estudiantes. Son personas que, se han graduado, o encontraron empleo, no esconden su gusto de ser cosplayer y dividen tiempo entre sus actividades y su afición, convirtiéndola en un medio de trabajo en algunas ocasiones.

Sin embargo, desde una perspectiva de la sociedad que rodea al cosplayer, se observó que los individuos disfrazados de algún personaje eran vistos en el metro, camión, u otro transporte público de manera peculiar, es decir, el 'otro' los veía como aquel que encuentra algo raro o extraño. En una serie de conversaciones, una joven comentó que su hermano mayor fue tratado por su orientadora vocacional de forma diferente "¿por qué ves esas cosas?" preguntó la profesora, para decir que el joven gustaba de leer pornografía, cuenta su hermana que él explico existen diferentes géneros literarios y si bien él gustaba de leer de acción, no se concentraba en otro género.

Llegó molesto a casa porque su profesora le hizo un test psicológico para saber por qué leía y se disfrazaba [risas]. Tsuki.

La anécdota es del año 2003, sin embargo, al ir a la misma preparatoria en el 2015, no se encontró a la profesora de la anécdota, no obstante, al preguntar a algunos profesores ellos respondieron que era normal el anime, disfrazarse no es extraño, es algo aceptado, el profesor de filosofía incluso comentó, que, si bien no se disfraza, le gusta coleccionar figuras de acción de sus series favoritas y jugar videojuegos en su tiempo libre.

La tolerancia y aceptación, probablemente provenga de medios de comunicación transmitidos en las principales cadenas de televisión abierta y de cable, comenzando la introducción de la animación en México a inicio de 1990 en TV-Azteca con el programa de la "Cari-socia", programa para niños que presentó animaciones como Los caballeros del Zodiaco, Sailor Moon, Zenki y Las Guerreras Mágicas, al ser las más famosas, posteriormente televisa introdujo Dragon Ball, y un repertorio extenso de anime japonés, siendo de las primeras generaciones de consumidores los niños que nacieron cinco años de esa fecha, explicando así porque varias personas tienen un rango de 25 a 35 años, sin embargo existen cosplayers de 50 años o más, uno de ellos comentó.

Mn, no, yo veía la Señorita Cometa, Tritón del Mar, había, ehm, programas educativos, si, eh... se transmitían en blanco y negro, mi mamá me mandaba a las tortillas y yo corría para llegar a ver el programa [risa] Haposai.

Es decir, la edad no es factor común, pero es verdad que la mayoría de los que asisten se encuentran en un rango de 14 a 35 años, también hay una variedad de participantes de los 35 a los 55 años. Reiterando que no cumplen con un perfil de edad, o sociodemográfico.

### 3.1.2. Lógica Familiar y Social

Se mencionó en el apartado anterior que las madres de familia acompañan en sus hijas más que a sus hijos a las convenciones, les ayudan a llevar los accesorios de los disfraces, y en ocasiones ayudan en la confección o diseño del mismo. En las convenciones en las que se participó no se encontró queja o reclamo por parte de algún padre de familia, tampoco se detectaron quejas por parte de los jóvenes que iban solos sobre sus padres, por lo que se puede deducir que en cuestiones familiares no tienen conflictos en relación a sus gustos que provoque un enfrentamiento o disgusto de los padres a los hijos, en ese sentido se extraen tres fragmentos de tres entrevistados diferentes que mencionan la relación padre-hijo/hija.

Amo mi familia, tuve apoyo de mi familia desde el primer momento, que bueno al principio lo mantuve bajo, bajo el agua un poquito ya cuando tuve algo más o menos sólido les dije; pues saben qué, así está la cosa y pues ya ni cómo irme no, pero lo tomaron bien y dijeron; okay, entiendo tu iniciativa, me gusta, te apoyo [...] pero tiene mucho que ver con el apoyo porque es el impulso. si decides, desde la familia te empiezan a poner traba o a ponerte dudas... este,



pero eso es horrible; pero afortunadamente desde la casa hubo, hubo bastante apoyo. (MC)

El organizador de My Little Pony comenta que la relevancia del apoyo familiar es imprescindible para poder llevar a cabo las metas que el individuo se propone, lo principal para poder aceptarse es tener la aceptación y soporte familiar, de ahí que con seguridad consiguió realizar la BronyMexicom<sup>35</sup>.

Yo nada más cuento mi familia como mi madre, mi padre, mi abuela y mi hermana. Porque obviamente hubo una familia externa ¿no?, que era los clásicos: No, dedícate a otra cosa. No, esto no tiene un futuro. Las maquinas, las maquinas no tienen futuro, ¿cómo crees? Es algo que se va a acabar ¿no? Y de repente ver las máquinas, las computadoras están teniendo de veras un papel importante en la animación ¿no?, en todo eso, hasta en la distribución de las... de todo, yo, ehm, si de mi familia, de mis padre, madre, abuela y hermana recibí un apoyo muy, muy, muy, muy incondicional, pero de mi otra familia, digamos externa, tíos, tías, no, ni un, ni tantito, o sea frustraron mis sueños desde ante que empezarán, siempre frustraron, siempre intentaron mi familia externa, tíos, tías, ellos, excepción de mis abuelos y mi bisabuelo, frustrar mis sueños, siempre, siempre, siempre, intentar sabotear todo lo que, no todo lo que hacía yo, sino todo lo que hacíamos los sobrinos y lo que hacían sus propios hijos y mi papá y mi mamá gracias a Dios fueron la excepción. Fueron así de, no pues, tú lo quieres hacer, hazlo, pero ¡hazlo! No nada más te quedes en 'hay, lo voy a intentar', no, hazlo, hazlo. Si, de ellos siempre he recibido apoyo, de los demás no.

---

<sup>35</sup> BronnyMexicom es el nombre con el que se estableció la primera convención dedicada en México a la serie My Little Pony.

La familia para el entrevistador-youtuber Uraneo es al igual que para el organizador Manuel de vital importancia, el núcleo social de que se parte de la familia, de ahí que ambos consideran a la familia como un elemento esencial en sus proyectos e impulso para realizar sus objetivos, de igual forma, pero con pocas palabras la cosplayers Chibi-Monster comenta:

Ella... me ayudaba a cocer al principio y compraba los materiales, emnh, pero después quise aprender y hacerlo yo, al principio me decía haz esto, lo otro, eh... pero bueno, igual me acompañaba a las convenciones, bueno, aún lo hace, mi mamá siempre me ha apoyado.

En conclusión, las relaciones familiares son el impulso a que jóvenes con esta afición o de otros fandom no se sientan rechazados, tengan seguridad en sí mismos y que manifiesten su gusto por el anime o ser cosplayer abiertamente en las convenciones o lugares recreativos diseñados para ellos mismos. No obstante, el otro lado es la perspectiva de la sociedad, Habermas le llama “opinión pública” a el control que tienen los medios masivos de influir en los ciudadanos para implementar una opinión, usualmente en los partidos políticos y campañas de ese mismo lineamiento son los que ocupan el término, sin embargo, lo usaremos únicamente para explicar un caso que ocurrió al transmitirse por uno de los canales de televisa; La Rosa de Guadalupe, llamado “Cosplay: Salvemos al mundo.”

La crítica por parte de los cosplayers no se hizo esperar en los diferentes blogs, fue una noticia que no sólo recorrió México, cosplayers de países como Perú, Venezuela, Brasil entre otros preguntaban por internet dónde ver ese capítulo trasmitido en México, hubo dos reacciones principales.

- a) Observar el programa, y comentar en algún blog la falta de información que el canal abierto manejó, pues no es verdad que un cosplayer se disfrace todos los días y asista así a la escuela, y de verdad crea ser el personaje.

Pedían que por favor se informase la televisora para no difundir información incorrecta que provocase rechazo social, complementando que originalmente no es aceptado por toda la sociedad y si la televisora hacía ver a los cosplayers como inadaptados y tontos se crearía prejuicio.

- b) La segunda reacción se dio antes de observar el programa, juntando firmas para enviarlas y evitar que se transmitiera el programa. No se evitó la transmisión, y a diferencia de la primera reacción que pedía madurez y a su vez manifestaba su decepción ante la desinformación, pero lo tomó como un programa más y mal realizado, el segundo grupo inundo las redes sociales con groserías, palabras altisonantes y poco vocabulario para demostrar su insatisfacción.

Ante la reacción del grupo B, el grupo A dialogó con ellos para que se mostraran lo suficientemente serios como para ignorar ese programa “no somos así” dijeron los del grupo A, “si hacemos caso a la televisora, nosotros perdemos”, sin embargo, el grupo B, mantuvo el tema por varios días antes y después del lanzamiento del capítulo sintiéndose ofendidos al ser representados como personas que no tienen sentido de la realidad y creen que son seres imaginarios con poderes supernaturales.

En otras palabras, la sociedad aún no tiene la información necesaria, los medios en ocasiones desinforman más que informar y afectan como daño colateral a los cosplayer al estigmatizarlos en un estereotipo no comprobado, sin embargo, es verdad que disfrazarse y realizar un performance es un escape de la realidad, como se mencionó, Giddens y Bauman hablan de la modernidad líquida y cómo está afecta en la seguridad e identidad de las personas ante los cambios continuos de socioeconómicos, políticos y globales, no obstante, también es verdad que la mayoría de cosplayers definen su realidad de la fantasía, sin perderse en ese momento de fantasía que les permite identificarse con otros que comparten sus mismas aficiones.

### 3.1.3. J'Fest

J'Fest o festival japonés es un evento realizado una vez al año en el que se organiza de la misma forma que la TNT; sin embargo, las diferencias residen en que es un festival exclusivo a Japón, con excepción de la música, ahí varía entre Corea o Japón dependiendo del artista invitado.

EL J'Fest cuenta con diferentes secciones, una especial para los cosplayers en el que tienen que realizar un performance del personaje, se califica:

- ✓ Vestuario (que sea hecho a mano)
- ✓ Que se ocupe todo el escenario
- ✓ La caracterización del personaje o en su caso, cantar un tema de entrada o salida de la serie a la que pertenece el personaje.
- ✓ Tiempo límite de no más de 1 minuto
- ✓ Puntualidad

Es un evento realizado por diferentes personas relacionadas a la TNT, no es aceptada por algunos aficionados, y es querida más por otros al ser en su mayoría relacionada a Japón, y dejar a un lado la creciente intervención de música coreana, aunque en algunas ocasiones han presentado a cantantes no-japoneses causando cierto descontento. Siendo catalogada como muy joven tanto por participantes como la profesora Tanaka, o por los seguidores, sin embargo, para los cosplayers es un evento en el cual existe la oportunidad de participar y ser reconocido. En realidad, ambas, la TNT y el J'Fest son lugares de encuentro en los que los cosplayers pueden expresarse y realizar un performance de rol sobre un personaje en específico siempre y cuando la convocatoria temática para la participación de los cosplayers sea realizada, por ejemplo, en el J'Fest de principios de 2015, el tema fue Fairy Tail, siendo las siguientes cosplayers concursantes de esa categoría.



Imagen 11 - Fotografías propias

### 3.2. Segundo Nivel del Campo Organizacional - Bazar del entretenimiento y el videojuego

Establecimiento ubicado en el centro de la Ciudad de México, edificio a una cuadra de la Torre Latinoamericana. Independiente de la TNT, el Bazar del entretenimiento y el videojuego, conocido por la tribu urbana como “Frikiplaza”, en España el término “friki” no es peyorativo como en Estados Unidos que es donde procede la palabra, la acepción en español se interpreta como un fan de anime/manga/cosplay; retomando esa distorsión lingüística y nombrando entre aquellos que pertenecen a ese sector como “Frikiplaza”.

Es un lugar que, al bajar del metro, cruzar una calle, se puede observar el edificio a unos pasos del local “Gamers” que también vende artículos como chamarras y

playeras de los personajes de videojuegos, ayudando a los “gamers” o amantes de los juegos a encontrar accesorios para sus cosplays.

El camino es ruidoso, las calles al cruzar congestionadas de gente, adolescentes, y trabajadores, o personas que necesitan arreglar una computadora, se encuentran varios servicios en el Bazar.

El primer piso se encuentra dedicado a la venta de Chips telefónicos, computadoras, y accesorios electrónicos. Subiendo las escaleras eléctricas se encuentran los posters, la música de anime, los sonidos de las series de televisión reproduciéndose, posters que capturan el ojo del aficionado, figuras de acción, cartas de Yu-Gi-Oh, entre otras, así como revistas de manga y comic.

El segundo piso al subirlo caminando se observan los carteles, y anuncios que se realizaran para que los fans se reúnan en un momento-lugar determinado, al llegar al segundo piso se observan las chamarras de oso panda, Pokémon, Dragon Ball, y otras series en la izquierda. De lado derecho música coreana, discos originales, chamarras, camisas. Unos pasos más y series japonesas, accesorios para vestirse de Oshare, Visual, o pelucas para finalizar el cosplay. En el pasillo chamarras oficiales, abrigos, y accesorios idénticos a los de los personajes de ficción.

El tercer piso, ya sea por elevador, o escaleras eléctricas, lleva a otra sección de relojes con diseños de anime, otros accesorios de cosplay, cartas, bebidas japonesas como el Calpis, que es un concentrado semejante al Yakult, pero con un ligero dejo de gaseosa, al final del piso se encuentran los locales de comida, ya sea japonesa (Okonomiyaki, Takoyaki, Sushi), tacos, lasaña, crepas, pizza, hamburguesas, bebidas flotantes y de burbujas.

Finalmente, el último piso, dedicado a los que gustan de los videojuegos, un lugar en donde se puede jugar bastante tiempo en las máquinas que ahí se mantienen.

### 3.2.1. Maid-Café en Japón

El entendimiento de esta organización es relevante, puesto que enlaza dos ejes de la investigación: el cosplay y el anime. Para entender el Maid-Café en México, cómo se crea, de dónde proviene la idea original y cómo adapta a México, es necesario el entendimiento de cómo funciona un Maid-Café en Japón, aclarando que un Maid-Kissa o Maid-Café, es una cafetería en la que las camareras atienden a los clientes portando un disfraz de sirvienta, en algunos establecimientos hay días especiales en los que no sólo se disfrazan de sirvientas sino de personajes de animación japonesa femeninos, las empleadas como se indica anteriormente son mujeres, el rango de edad varía dependiendo del establecimiento, sin embargo se observó entre 18 y 23 años de edad.

Cada Maid-Kissa cuenta con una política que se puede plantear como genérica en relación con los diferentes establecimientos visitados, sin embargo, se limita el estudio a “Maidreamin<sup>36</sup>”.



Imagen 12 – Fotografía de Maidreamin<sup>©</sup>

---

<sup>36</sup> El nombre del café se utiliza con fines de difusión académica, y en ningún momento se pretende violar los derechos de autor.

### 3.2.1.1. Descripción de un Maid Café

Entre el tumulto de las personas saliendo de la estación de tren Akihabara, el primer edificio que se observa es la tienda comercial, y a su lado el edificio dedicado a “Sega”, Akihabara, distinguido por ser el distrito de electrónicos, tiendas de animación japonesa, música y cafés de maids.

Caminando en vía recta unos metros, y virando a la derecha se observan los grandes edificios de diferentes tiendas, dos semáforos en línea recta y se encuentra un desfile de jóvenes vestidas de maids repartiendo folletos con el menú en japonés, y algunos con la opción de un menú en inglés.

Ofrecen el servicio de un corazón dibujado en salsa de tomate arriba de una tortilla de huevo, cada quién intentando atraer clientes a su local, algunas intentan hablar en inglés a los extranjeros, la mercadotecnia funciona, un hombre camina en línea recta y asiente después de intercambiar unas palabras, la joven maid lo guía dentro del edificio y desaparecen, entre las altas construcciones hay una variedad de establecimientos de maids-café, y varios leen el menú antes de decidir a dónde entrar, otros pasan de largo, y buscan tiendas de electrónicos, algún nuevo DVD de alguna serie de animación. La joven regresa a su lugar, regresando a la labor de repartir volantes sobre el local, ahora convencen a alguien más y es llevado por otra maid, unos minutos pasan y cada una regresa a su trabajo asignado.

Una vez observado que las jóvenes con trajes de maid realizan la labor de atraer clientes al decirles el menú, sonreír y escoltarles hasta el café, es entonces que se continúa con la investigación.

Se escoge un café al azar, la conversación radica en el menú y finalmente cuando aceptas, la Maid te guía hasta el elevador, presiona el botón y las puertas se abren, entra otra maid semejante a la anterior con una pareja joven, y presiona el tercer nivel, mientras que la primera el cuarto piso, se abren las puertas del tercero y se escucha la música, se ven los colores brillantes, y la Maid sonríe a la pareja, llevándoles a que otra camarera que les recibe con una sonrisa, ella se vira de



regreso al elevador y espera. El cuarto piso abre sus puertas, el mismo proceso que el anterior, mientras la Maid del nivel anterior espera, la actual presenta al cliente, una Maid es asignada, ella se presente al cliente, que puede variar, puede ser un hombre joven, una pareja, un padre e hija, un visitante sólo, o un extranjero, si bien existen establecimientos sólo para japoneses, los Maid-Kissa no son uno de ellos.

Es entonces que la maid observa al cliente y con una voz infantil y realizando una reverencia sonrío y se presenta, dice su nombre<sup>37</sup>; y el cliente es llamado de acuerdo a su género y si se es extranjero o no. Si uno es hombre se le llama “Goushijin-sama” si se es mujer “Ojou-sama”, si se es extranjero “Master” se le designa al hombre y “Princess” a la mujer; que viene siendo la traducción o equivalente a las palabras anteriormente mencionadas.

### 3.2.1.2. Estructura del Maid Café

Igual que en el tercer nivel, se escucha la música suave, y la Maid otorga el menú, explicando en japonés los contenidos de los diferentes paquetes, y el funcionamiento del lugar.

#### *El menú y los costos.*

- 60 minutos en la local cuesta 1000 yenes (aproximadamente 150 pesos MXN)
- 30 minutos más son 500 yenes sin importar que sólo sean 5 o realmente los 30 minutos el lapso excedido.
- Los alimentos cuestan entre 1500 a 2000 yenes
- Se compra unas luces plásticas fluorescentes para usarla posteriormente.
- Si se quiere una foto con una Maid en especial, o un servicio de felicitaciones, o celebración por algo, es un cobro extra.

---

<sup>37</sup> El nombre que utilizan las Maids, son seudónimos que sólo se usan dentro del establecimiento.

### **3.2.1.3. Normatividad**

*Las reglas que están escritas tanto en inglés como en japonés*

1. No sacar fotografías de las Maid
2. No tocar a las Maid
3. No pedir datos personales de las Maid
4. No acosar a las Maid

La regla implícita es no entablar una conversación más allá de lo relacionado a pedir una comida, y esperar a que a uno se le llame “Amo/Princesa”, tener un helado o comida decorada, y pedir un trato especial como una canción, felicidades por algo, o simplemente una porra.

### **3.2.1.4. Estructura física del local**

Desde el asiento asignado, suave y cómodo se pide un paquete del menú, y se observa, la caja de pago se encuentra a un metro y medio de las puertas del elevador, a dos metros se encuentra una mesa larga rectangular y un sillón largo detrás de la mesa.

Dos metros frente a esa mesa se encuentran mesas circulares, blancas y con tres o cuatro sillas, son seis mesas redondas, y dos rectangulares de un metro al fondo del lugar, el baño se encuentra entre la rectangular larga y las pequeñas. Frente a esas dos últimas, un escenario de un 30 centímetros de ancho, dos de largo, y 150 centímetros de profundidad, detrás unos posters con el Logo del establecimiento, las luces de colores son claras y no lastiman las luz, hasta podría llamársele “relajante”, es como un centro comercial en el que la luz hace que se pierda la noción espacio-tiempo, ya que las ventadas se encuentran cerradas y

decoradas con posters que asemejan, el ver la ventana, es ver un paisaje diferente al que en realidad existe tras los muros de ese piso.

A lado del escenario se encuentra la cocina, que es tapada por las diversas botellas de bebidas, haciendo que parezca un bar y una cafetería, de lado derecho, se encuentra la lista de aquellas que contienen alcohol, y en el izquierdo, aquellas de color verde, rosa, violeta, azul, es decir, los endulzante artificiales, o sabores de diferentes tipos de té, o frutas.

No pasan más de cinco minutos, y la Maid, pide a los presentes que reciban a la persona que acaba de llegar llamándole de acuerdo a lo establecido anteriormente, ya sea género o nacionalidad, mientras el cliente hace ademanes que se catalogan como “lindos”, es decir, poner las manos cerradas sobre las mejillas y actuar como si esas manos fueran las de un gato, mientras los demás aplauden y aclaman la porra de recibimiento en japonés. Cinco minutos más, y el menú llega, un omelette relleno de arroz, en la capa de huevo cocido un corazón, y escrito arriba la frase que la persona pida, un helado con un decorado tal que parece ser una tortuga, pasan otros minutos. Y otra Maid pide a los presenten feliciten a un joven por haber pasado un examen; él sonríe, parece apenado, pero feliz, su expresión corporal parece ser la de alguien introvertido, pero no se dan más datos, así que pasa el momento y el café vuelve a su armonía de una música baja, otros minutos más y se apagan las luces súbitamente.

“Feliz cumpleaños~” se canta por parte de las Maids, y los clientes se unen, una de ellas coloca el pastel sobre la mesa circular, y una niña de 12 años sopla las velas después de pedir un deseo, aplausos, y su padre muestra una sonrisa al ver que el regalo le gustó a su hija.

El omelette está terminado, y el helado a medio terminar. Luces fluorescentes son colocadas en las mesas, la Maid asignada dice el costo, y todos asienten al dar su aprobación de comprarlas.

El lugar se oscurece, han pasado 35 minutos desde la entrada, y ahora se anuncia que una de las Maid va a cantar, ella se posa en el escenario, dice el nombre de la

canción, la música comienza, el micrófono está en sus manos, la Maid canta y baila, el traje de Maid francés hace que la falda pomposa se mueva de un lado a otro, el uniforme consiste en medias negras a la rodilla, la falda diez centímetros arriba de la rodilla, uniforme blanco con negro. Los espectadores mueven las barras de luz al ritmo de música, ella pide que la acompañen con un coro fácil de repetir, y así se hace. 10 minutos de entretenimiento en el escenario, y ella anuncia que el café produce su propio disco cantado realmente por las Maid que trabajan ahí. Está a la venta el CD de música, y productor original, desde llaveros, hasta pequeñas figuras de caricatura con uniforme de Maid, tazas, pulseras, y existe un disco con una portada diferente, uno puede comprar el de la Maid que más le guste.

50 minutos han pasado, y es hora de irse, varias veces la Maid ha ido a revisar que el cliente esté satisfecho, si quiere una orden especial, si se encuentra a gusto, preguntas de cortesía.

Es hora de irse, y se toma la foto de regalo, de 3 centímetros de alto x 2 de ancho, o si se prefiere, una foto con el celular, el cliente escoge a la Maid que más le guste para sacarse la fotografía. La maid utiliza orejas de gato para la fotografía y coloca sus manos en sus mejillas, o si lo indica forma un corazón con el cliente, un brazo de la Maid, y uno de cliente formando cada uno medio círculo para el corazón.

La foto es impresa, y entonces la Maid acompaña al cliente a la Caja, se cobra la cantidad, se regala como "service" un llavero con el emblema del café, y la Maid realiza una reverencia diciendo "vuelva pronto amo/princesa" mientras el ticket se imprime. En la espera, siendo unos minutos antes de salir, una señora de aproximadamente cuarenta años entra al local, parece ser una madre de familia, es recibida con la misma atención que cualquier otro cliente "Ojou-sama", ella pregunta que, si el lugar se puede reservar para seis personas, al parecer una fiesta en esa misma tarde; es un intercambio de palabras corto, pero la Maid asiente y ofrece el menú para convencer a la persona de hacer la reservación.

El ticket finalmente es impreso, y se sale del lugar sesenta minutos exactos, nuevamente “vuelva pronto” se escucha y las puertas del elevador se cierran.

#### **3.2.1.5. Recursos Humanos de Maid-Café**

La descripción anterior permite ver el funcionamiento de un Maid Café, sin embargo; no se detalló el número de empleadas.

En el apartado siguiente se define el número de personas que trabajan en *Maidreamin*®, siendo seis en total. Se entiende que una organización puede ser pequeña, mediana o grande, en el caso de un Maid café son seis personas las que laboran, sin contar a la persona que las contrató, en ese caso son siete personas; el dueño, y las seis empleadas.

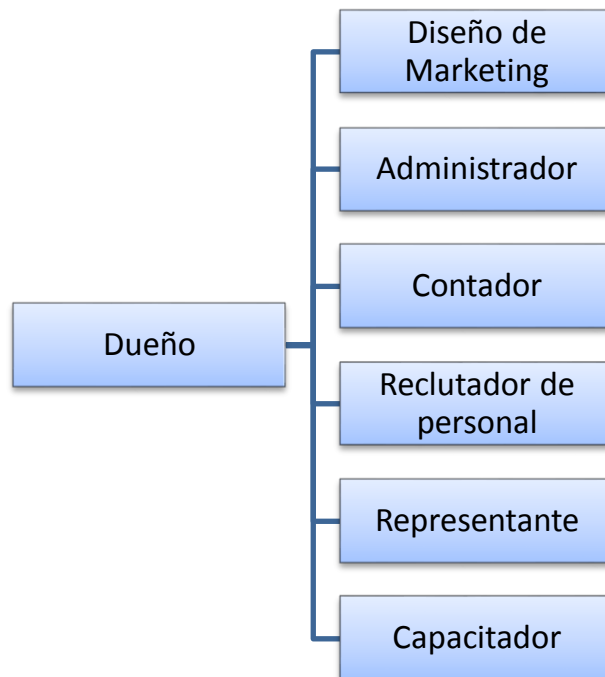
#### **3.2.1.6. Roles laborales dentro de Maid-Café**

Los roles que se realizan son polivalentes, Arteaga (1988), en su análisis sobre la automotriz japonesa, habla sobre la flexibilidad del trabajo, los recursos humanos dentro de las organizaciones japonesas no son roles burocratizados y especializados, son polivalentes, parte de la posmodernidad y de una ideología diferente a la Taylorista, un campo que pertenece a los Estudios Organizacionales al ver el sentido no sólo de eficacia, sino eficiencia dentro de la organización con el Kaizen (su mejora continua) dentro de la empresa que pretende satisfacer las necesidades de los clientes, en el análisis de Arteaga desde el sector productivo automotriz y en el Maid café desde el sector servicios.

Sin embargo, ¿qué se satisface? A diferencia de un café normal, el Maid-Café se distingue por que sus empleadas se disfrazan de sirvientas, origen que se da para

atender a los hombres y que es bastante famoso en el anime moe<sup>38</sup>. La cultura en Japón predomina el autoritarismo del hombre, actualmente se ha desarrollado el equilibrio entre ambos sexos, sin embargo al igual que en México, la cultura nacional se basaba en el machismo en el sentido de hombre-mujer, al mismo tiempo, la falta de contacto físico y falta de expresión de emociones que se tiene por cultura propia en las personas japonesas hace que tengan problemas en relacionarse y expresarse abiertamente, recurriendo entonces a lugares como los Maid-café, que permiten un desahogo y escape de la realidad al pagar por ser atendidos con una gran calidad, y que se les llame “amo” a la persona que visita ese tipo de lugar.

El código de comportamiento de las Maid se basa en tener una voz infantil, aguda, ademanes femeninos y “moe” que son gestos con el rostro y las manos catalogados como lindos por parte de los hombres que visitan esos lugares. De ahí que se realicen varias funciones.



Esquema 10 – Elaboración propia en base de la observación de campo.

---

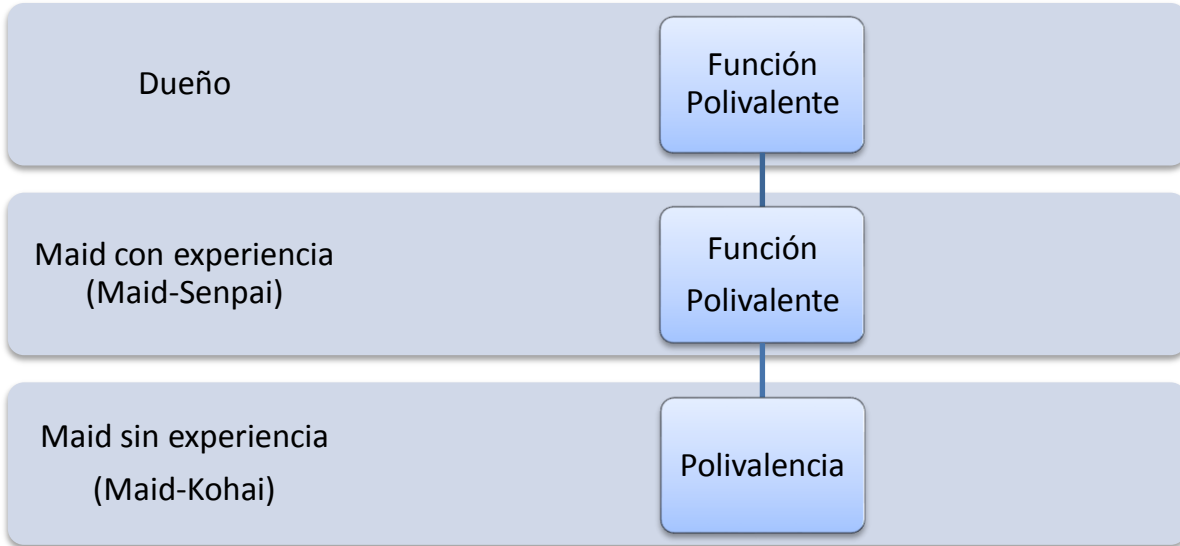
<sup>38</sup> Moe es el concepto que se da a lo que es tierno y lindo.

### 3.2.1.7. Estructura de Maidreamin©

Si se empieza con el dueño; es una persona que cumple con varios roles simultáneamente. El dueño se encarga de buscar un piso o local, rentarlo, es el administrador que realiza planes y estrategias de desarrollo, ve su propio proyecto y lo desarrolla. Realiza la función de contador al realizar las cuentas, declaraciones de impuestos, repartir el salario, y el resto del dinero invertirlo nuevamente.

Es el Gerente que realiza el corte de caja, la cuenta de inventario. Es el Representante de talento de las jóvenes que Maid, ya que es quien consigue el estudio de grabación y los recursos, así como la tecnología para la realización de un disco de música. Es el encargado del departamento de Marketing, pues es quién da las ideas y las envía a imprimir por ciento después de haberlas desarrollador, de igual forma, es aquel que ve la producción de diversas figuras, *goods*, que se pueden vender dentro del local.

Tiene la función de reclutador y capacitador de la primera generación de Maids que trabajan dentro de Maidreamin©, sin embargo, el rol de capacitador pasa a las mismas Maids conforme ellas adquieren experiencia, es entonces que el dueño después de haber capacitado a seis personas deja esa tarea a la primera generación, y contrata nueva integrantes con tiempo antes de que las anteriores se retiren y renuncien.



Esquema 11 - Rol laboral de los empleados (elaboración propia)

Con relación a las Maid, su primer rol es el de disfrazarse, o realizar cosplay<sup>39</sup>. El segundo es el de mantener limpio el local, barrer, limpiar la cocina, arreglar los objetos que se encuentran en el almacén, limpiar mesas y asientos, así como el escenario.

Lava los trastos sucios, seca y acomoda, de igual forma es la persona que cocina, prepara los alimentos, las bebidas y los postres. Una vez está el alimento listo, se encarga de servirlo y entregarlo en la mesa del cliente, diciendo “aquí está su orden amo/princesa” y realiza gestos tiernos al momento que habla con una voz aguda que es considerada atractiva para los hombres.

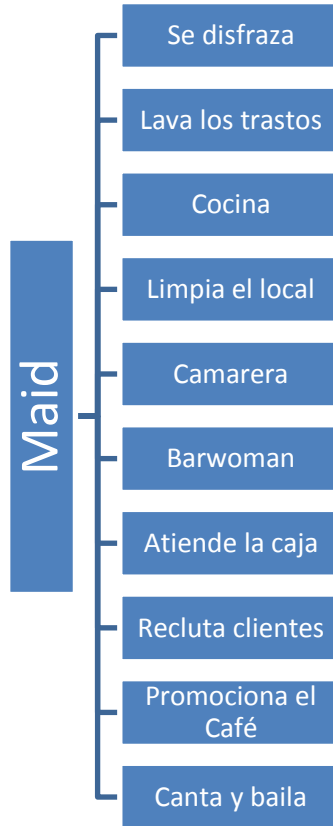
Es la encargada de entretener, como un “host” o anfitrión al cliente, dentro de sólo palabras, cero contactos físicos y hacer sentir al cliente importante y especial. Finalmente, de las cinco Maids que se encuentran en el café, sólo una de ellas es la que atiende la caja, mientras que los cuatro restantes realizan las funciones antes mencionadas de forma rotatoria.

---

<sup>39</sup> Se define el cosplay como aquel acto de disfrazarse de un personaje y representarlo.



La sexta y última Maid es la encargada de promocionar el café al estar disfrazada en frente del edificio con volantes y panfletos del local, siendo la persona que atrae a los clientes y promociona el café.



**Esquema 12 - Funciones laborales de una Maid (elaboración propia)**

Un café de Maids es un lugar que tiene una estructura polivalente, en la que se aprovecha no sólo el capital físico que ofrece el empleado, sino también está rodeado de la cultura que rodea el lugar, así como también aprovecha el capital cultural de las empleadas, lo anterior se deduce de que desde su formación primaria, en las escuelas hay clases de cocina, baile, canto, música en las escuelas japonesas, y actualmente en las Universidades se implementan varias clases en inglés, eso influye en el campo organizacional y en los recursos humanos del café, en relación a que las empleadas son estudiantes universitarias entre 18 a 25 años de edad, y que actualmente al ver que hay clientes extranjeros,

se está empezando a reclutar personal que hable inglés y no sólo japonés, ese es un plan a largo plazo, pues en realidad las jóvenes no son fluyentes en el habla inglesa, una de ella comentó que lleva dos años estudiando inglés, pero sólo puede decir cosas básicas como saludos y palabras, de ahí que el reclutamiento de personas con el inglés como segunda lengua aún está en proceso de aplicar, ya que los Maid-Café hablan en japonés, y son pocos los que tienen personal que intenta hablar inglés, aunque hacen un gran esfuerzo, y eso es algo que los extranjeros aprecian porque no se sienten excluidos, si bien no entienden el japonés, el Maid-Café cuenta con un menú en inglés o uno en japonés con fotografías, lo que facilita la selección de alimentos y bebidas, sin embargo la barrera del idioma es algo en lo que se está trabajando para desaparecerla y hacer de los Maid-Café un atractivo turístico, y no sólo que sea de consumo local.

### **3.2.2. Maid-Café México**

Con el creciente impacto en México del cosplay, y la animación japonesa. No sólo existen los Maid-café en Japón, también los hay en México, sin embargo, están en proceso de estructuración, se quiere que sean semejantes a lo de Japón, no obstante, la cultura en México es diferente.

Un Maid-Café se encuentra en Metro Deportivo 18, lado izquierdo rumbo a Indios Verdes. La dueña es una japonesa que decidió adaptar el Maid-Café a diferencia de Japón, no dicen “amo/maestro” al que llega, sin embargo, si realizan cosplay de sirvienta francesa, o de algún personaje.

Se puede sacar el consumidor una fotografía con una de ellas, y consumir comida japonesa. Una variante de un café maid en Japón y México, es que en Japón se cobra el tiempo de estar dentro del café, en México sólo se paga el alimento consumido y el servicio extra de una fotografía o algún decorado en el alimento.

La anterior es diferencia monetaria, sin embargo, una diferencia cultural es que los clientes –varones- en Japón se respeta a la Maid que atiende, y no se le acosa, en llegar a ese caso se da anuncio a las autoridades correspondientes, sin embargo, en México algunos tienen la equivocada impresión de que la Maid ofrece servicios sexuales, o en su caso se deja tocar o mirar la ropa.

Cabe aclarar que en ningún momento las maid en México, como tampoco en Japón ofrecen ese servicio sexual, esa es una equivocada perspectiva que se tiene en México, la función real de una maid o en algunos casos un bluter es la de prestar el servicio de mesero, con la única variable de que el uniforme es un disfraz de cosplay y se dejan sacar fotografías en su disfraz por un monto complementario. Lo anterior se puede interpretar que es algo nuevo, y no se tiene la costumbre de ver a jóvenes dando panfletos y llamando gente para ir a un local, caso común en Japón.

### **3.3. Tercer Nivel del Campo Organizacional - Academia Japonesa Tokiyo Tanaka**

El tercer nivel, como se hizo mención al inicio del capítulo, consiste más en promover la cultura y el idioma japonés que ser un lugar en el que se pueden reunir cosplayers, aunque es relevante porque la Directora de la academia ha promovido la cultura japonesa a través de permitir que los y las jóvenes utilicen kimono, ha regalado papel con caligrafía escrita, y ha llevado a otros japoneses a participar en las convenciones, sin embargo, la Academia Japonesa Tokiyo Tanaka fomenta la cultura y el lenguaje en los jóvenes en diferentes instituciones separadas de sus actividades como profesores de japonés.

- ITAM
- UNAM
- TNT

En el ITAM se lleva a cabo varias veces al año un concurso de Haiku, que se premia con un reconocimiento y una dotación de poki, es decir, galleta con chocolate y algún producto japonés.

La segunda actividad que es una colaboración entre el ITAM y la Academia Japonesa es el concurso anual de oratoria, en ese concurso el ganador recibe un viaje a Japón como recompensa por entender y hablar el idioma japonés fluidamente.

La UNAM como se mencionó fue el lugar de donde se crea la primera convención como iniciativa de unos alumnos de uno de sus campus, de igual forma, el fomento a la cultura no sólo se da a través de la enseñanza del idioma japonés, también se presentan ponencias sobre anime y la interpretación simbólica de los signos gráficos y lingüísticos dentro de las series animadas, así como el análisis cinematográfico de diferentes películas del creador Miyazaki Hayao.

La participación en la TNT se ha reiterado en el documento, no obstante, la directora Tanaka comenta:

La vez pasada, está... haiku, estaba un grupo de japoneses que cantaba, tocaba, son de Yamaha, compañía de Yamanaha, era, este, el líder es el director, no, subdirector de Yamaha, entonces ellos invitan a ellos, y también el laido, ahorita se retiró porque por sus hijos, última época porque acaban de nacer, pero ella presenta, presentaba, esa es una foto, foto de TNT, último, y otro exalumno, mi alumno era también mi colega, y estaba tocando guitarra, y tenía una banda, también ofreciendo auténticos japoneses, nuestra cultura, nuestra casa, eso es lo que yo y Octavio quise, y yo... sigo ofreciendo, está vez también, tres grupos de cantantes, y un grupo de canciones musicales, y ahora en vez de laido, va a ser karate... ¡kyudo!, y también, pequeño, sencillo, exhibición de comida japonesa. Luz va a hacer cosas, auténticamente, porque ella tomo curso de ser chef en restaurante japonés, y también va a hablar de su viaje, pero de joven con caracteres, kyuru-kara, ósea, pikachu y todo, ese

muchacho, le digo... Nobita-kun, Bernardo, va a presentar a dónde fue, estilo joven, ¿no? No es puros temas, comida japonesa, hay una, un restaurante para jóvenes que comen, éste...con carácter de anime, todos disfrazados de anime, ¿no?, está interesante.

Además de fomentar la cultura, colaborar en proyectos que permiten a los jóvenes que gustan del idioma y del anime viajar a Japón, la Directora Tanaka tiene una opinión positiva del anime, manga y cosplayers, en sus años colaborando en la TNT, y enseñando japonés en las diferentes instituciones mencionadas, lo que más le agrada, es que los jóvenes que ella conoce y gustan del anime y ser cosplayers no toman, no fuman, no rompen las reglas y tampoco son personas que consuman drogas, es decir, en palabras de la Directora Tanaka:

Me gusta mucho, mucho, ¿por qué? ¡eso es bonito! Porque gente borracha, habla bullying, o sea, desahogarse de esa energía juvenil, porque hacen para ello, droga, bebida, o sea... es mucho más sano convertirse en Naruto, que como quiera ¿no?, gastar horas, por lo menos preparando su escenario y aprendiendo... enseñando que Japón, nuestra gente, hm. [y los alumnos de la academia] Es cuatro años, cuatro-cinco años más largo, pero llega a este nivel e ir a Japón, entonces este... todo lo que tiene, ósea no desaparecen, y hay más alto nivel que ya están trabajando como intérpretes, por eso no... ya no están, me da lástima, pero ya... ya tienen, ya fue a Japón, ya terminó carrera, ya hasta maestría o doctorado, unos está en doctorado-maestría, y otro ya entró como empleado pero con alto nivel japonés en compañía japonesa, y... cada vez así cada año se van y está bien, pero ellos todavía están en carrera, por eso están conmigo ¿no? Ya pronto irá, pero ese es mi plan, está bien., así debe de ser, y hasta lograr objetivo gente se queda con nosotros, es también bueno ¿a poco no es bonito?

El anime y ser cosplayer requiere el manejo de un lenguaje, ya sea por moda o saber japonés a nivel básico o especializado, pero algunos cosplayers y otakus estudian el idioma completo y no sólo palabras técnicas que se usan únicamente en la animación (consultar glosario en el anexo).

### 3.4. Salidas Informales

Los cosplayers, que pertenecen a los Otakus como se mencionó anteriormente, realizan salidas informales, es decir, no tiene que ver con ir a un lugar que sea una convención o un evento, sin embargo; se puede ir con ropa casual o con un disfraz. La decisión es personal, los lugares de recreación son escogidos por los organizadores habituales que se han dado a conocer por medio de la red social “Facebook”, creando un perfil, un grupo, y aceptando invitaciones de amigos.

Se deja el mundo virtual para encontrarse en persona, escapar de la realidad un rato y platicar de cosas en común entre los participantes, siendo un proceso de sociabilización, debido a que los cosplayers u otakus tienen una vida como cualquier persona, pero no siempre comparten sus gustos, ya sea porque se sienten incomprendidos o simplemente no creen que a otros les interese, es un gusto personal que sólo se comparte con personas de confianza o aquellos que tienen la misma preferencia.

Es entonces que desde el año 2015 se han realizado actividades como acampar, y desde hace seis años, la “marcha por el orgullo otaku” que consiste en disfrazarse de un personaje, dejarse tomar fotos, y marchar sin irrumpir el paso a coches o transeúntes, el fin es dar a conocer que existen, que es lo que les gusta, y que no son pocos, sin importarles que les llamen raros en los periódicos al día siguiente, pues entonces lo interpretan como falta de información por parte de los medios de comunicación, más no como algo de lo que tengan que avergonzarse, son adolescentes o adultos cuyo entretenimiento se basa en realizar el performance

de un personaje con orgullo con el fin de divertirse y fugarse de la realidad un momento, se vuelven actores por sí mismos.

### 3.5. Redes sociales

Las redes sociales como Facebook, twitter, blogs de internet, son aquel instrumento que permite la comunicación como una primera aproximación con los jóvenes –en su mayoría- cosplayers. Primordialmente Facebook es el medio que difunde los eventos, formales o informales a los Otakus/Gamers/Cosplayers, sólo se necesita ingresar a la página y pedir que le acepten a uno como miembro de la comunidad.

Las reglas a respetar son las siguientes:

- No realizar spam
- No difundir contenido inapropiado
- No ofender a otros
- No trolea<sup>40</sup> a los demás miembros
- Respetar a los demás miembros
- Divertirse

Son reglas simples, que la mayoría lleva a cabo, y si se realiza alguna falta, se es expulsado de la comunidad, sin permitirle el reingreso a la misma.

El objetivo del grupo en esta red social es la de conocer personas y encontrar amistades. Las reuniones nunca son en solitario, es decir; uno a uno, siempre en grupos, en lugares concurridos para evitar cualquier fraude o mal uso de la misma

---

<sup>40</sup> Trolea es aquella palabra que se designa a una persona que únicamente crea una cuenta y se une a un grupo con el fin de molestar a los miembros con diferentes bromas, mentiras y ofensas.

comunidad, y los organizadores suben los retratos de sus rostros en el perfil para ser identificados en los lugares de encuentro, también dan su teléfono y esperan a que varios se reúnan en un punto designado antes de ir al lugar acordado en donde se realizara el proceso de sociabilización.

### 3.5.1. Confección de la vestimenta

En realización a la vestimenta, en México se tienen diferentes lugares especializados (venta en línea), o frikiplaza para comprar cosplay ya hecho. Sin embargo, si se es un cosplayer que quiere dar un toque personal, o participar en un concurso, o ser reconocido, es entonces que decide confeccionar su propia vestimenta.

En ese caso, se tienen no sólo a las organizaciones antes mencionadas en el campo organizacional, también se amplía ese campo al relacionar al cosplayer con el proceso de confeccionar.

Primero se escoge el personaje, se diseña el atuendo, y se compra el material básico (alfileres, hilo, tijeras, tela, cartón caple, entre otros), para diseñar el disfraz.

Segunda etapa es cortar el diseño, y coserlo dándole la forma deseada, haciendo uso de la renta de una máquina de coser, existen pequeños talleres que permiten el uso de sus máquinas al rentarlas por hora, otros que cosen, y realizan el over de la vestimenta para que no se deshilache por una suma de 50 a 100 pesos, en algunos casos más, dependiendo del traje a realizar.

La tercera etapa consiste en diseñar los accesorios, es verdad que algunos se pueden comprar, sin embargo, el “cosplayer” prefiere diseñar accesorios que son grandes como las alas, armadura, espada, haciendo uso de reciclados, o comprando los materiales en una papelería, desde cartón, hasta madera y más tela para el diseño, o pintura.



El cuarto paso, y final es complementar el atuendo con zapatos parecidos a los del personaje, o modificar algunos al pintarlos, romperlos y volver a coserlos o diseñarlos desde cero, recogiendo la peluca ordenada que llega por medio de “Correos de México” y finalizando el diseño, para así entonces practicar los movimientos, gestos, frases, entonación que utiliza al personaje que se va a caracterizar.

Ser cosplayer, no sólo es disfrazarle y estar frente a una cámara, lleva un proceso de aprendizaje, en el que se estudia al personaje como un actor estudia seriamente su papel antes de entrar al escenario.

El día llega, los espectadores se reúnen, la cámara se coloca frente a ellos, y es entonces que cambian, se convierten en el personaje, posan, hablan, realizan gestos y miradas que usualmente no harían, y cuando la cámara captura la imagen, regresan a la normalidad para interactuar con más personas dentro de la convención, o el lugar de reunión al que hayan decidido participar.

#### **4. La relevancia del anime en el campo organizacional de los cosplayers.**

La relevancia de entender la industria de anime y manga reside –como se ha mencionado- en que los cosplayers de animación japonesa son el eje central de este estudio, no se puede estudiar al cosplayer de anime sin entender qué es el anime y su impacto en Japón, para así entender el capítulo anterior en relación a por qué si el anime es japonés ha llegado a México, y de ahí a los jóvenes para que sean cosplayers.

Japón tiene una relevante cantidad de información exhibida en museos acerca de los periodos y nombres de serializaciones en manga y producciones de anime. Estos a su vez se miden en popularidad dentro del país japonés a través del índice de ventas. Otra función es complementar el sentido nacionalista de los japoneses al expresar pautas culturales y tradiciones en sus series televisivas, anexando que,

la animación es utilizada para fomentar su cultura, es decir, la exportan al hacer accesibles los medios y programas para que diferentes personas de otros países puedan ver ese tipo de producciones, que originan un gusto o rechazo hacía las mismas, manifestándose en ocasiones al convertirse en cosplayer.

Por tanto, el anime es diferente de la concepción en México, la producción, las organizaciones que rodean no sólo a los cosplayers, sino el anime mismo ayuda entender mejor los orígenes del tema de investigación.

El anime es relevante no sólo en la economía y sociedad japonesa para promover la cultura al exterior, el anime es relevante porque “ha reflejado la sociedad japonesa, su vida cotidiana, sus sueños, anhelos, y fantasías. A través del manga [y anime] puede conseguirse un buen conocimiento de la auténtica sociedad japonesa” (Takahashi, 2001)

Los cosplayer como se percibe en el capítulo anterior son individuos que se organizan en relación a las actividades de diferentes organizaciones que les rodean, una de ellas es la industria del anime, que no sólo influye a los cosplayer y otakus, sino a la sociedad japonesa y es promotora del turismo en Japón.

En la revista *att.ANIME* (2015), se promueven los lugares a lo largo y ancho de la isla japonesa señalando los lugares que son dibujados y mencionados en diferentes series de anime, así como la comida que se consume en las series para que las personas vayan y visiten esos lugares, promoviendo así el turismo interno y externo, ya que la revista se encuentra en japonés para los locales e inglés para los extranjeros. Las ciudades más promovidas son Osaka, Kioto, Nagoya, Tokio, y las regiones son Ibaraki, Kanazawa, Hiroshima, Saitama, bajo el eslogan “Enamórate del anime en Japón”, para ello no sólo se crean mascotas en los diferentes distritos o lugares mencionados, también se hace uso del cosplay como una forma de atraer a los turistas en algunos restaurantes.

Uno de los lugares como ejemplo es la Torre de Tokio, famosa por ser una réplica de la Torre Eiffel de Francia, sin embargo, la Torre de Tokio (Tokyo Tower), fue modificada para que en Marzo del 2015 ante la fama de la serie de anime “One

Piece” no sólo fuera conocida como un lugar turístico para observar el centro de Tokio, también es conocida como “One Piece Tower” en donde se encuentra en la planta baja un restaurante, replica de los escenarios de las temporadas más famosas de la serie en donde el personaje que representa el restaurante es uno de los cocineros de la serie de One Piece.

En los otros pisos de la Torre de One Piece se encuentra una réplica interna del barco que se muestra en la serie, así como los personajes de PVC a tamaño natural.

Al mismo tiempo, uno de los pisos es semejante a un parque de atracciones, ya que cada personaje principal de la serie muestra una atracción distinta, entre ellas se encuentra; la casa del terror, descifrar un lenguaje creado sólo para la serie (poneglyph), envainar una espada, o estar en un casino. Además de que, en relación con el cosplay, una de las atracciones es ver a los personajes en carne y hueso, es decir, actores realizando cosplay de los personajes de One Piece para representar una obra teatral con efectos especiales de 15 a 20 minutos, es entonces que se reitera la relevancia de que, el anime y el cosplay están ligados y por ello es relevante hablar de anime.

De lo anterior, a causa de que no se estudia una organización, más bien un campo organizacional, la delimitación del estudio del anime y cosplayers en Japón se da primero localizando los lugares de reunión, que son dentro de diferentes distritos en Tokio, señalados en el mapa siguiente, los lugares se encuentran en círculos azules.

### Lugares de encuentro

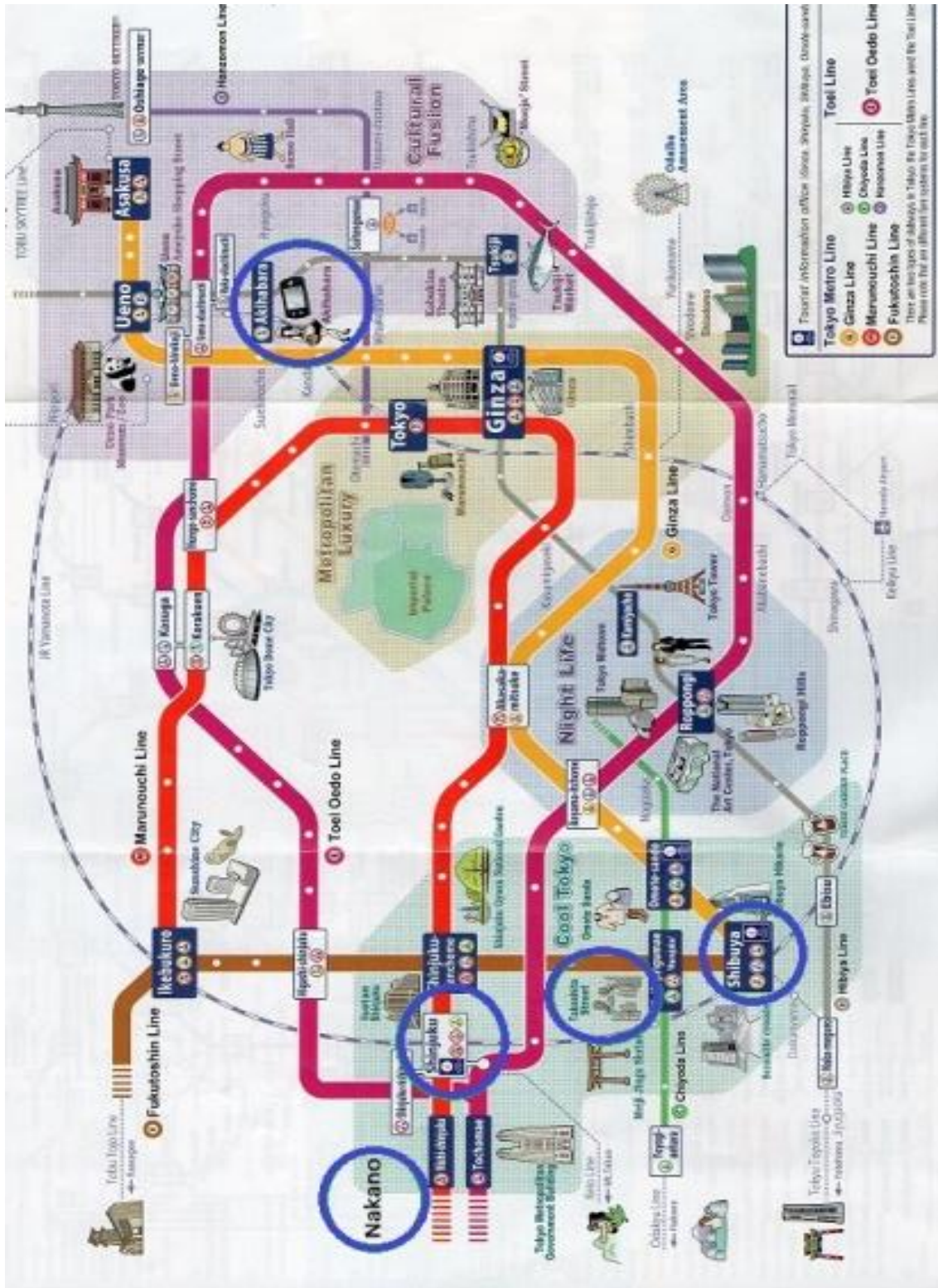


Imagen 13 - Mapa de Tokio, cortesía de la estación de informes del tren en Tokio.

Al llegar a Japón, Tamura-san, estudiante en la universidad de Tsuda mostró interés en el tema de investigación, cuando se le preguntó si es que era verdad que en Tokio había gran cantidad de marketing, y anuncios relacionados al manga o al anime, ella respondió “no, lo normal”, mostrando confusión en su rostro. En Japón –al ser el país que produce anime- la animación japonesa se ha institucionalizado.

No obstante, un extranjero que gusta de la animación, llámese friki, u otaku (se ha visto que de esa tribu urbana se derivan los cosplayers que se estudian) llegan a Japón, quieren más publicidad de la que existe. Un español comentó “yo esperaba ver más, me desilusionó no ver anime”.

En la observación personal, comparando con México, Japón produce serializaciones de anime y manga semanalmente, y aunque no todo es propaganda de series televisivas, se utiliza el estilo de dibujo para realizar propaganda y anuncios colocados en el tren, calles y edificios.



Imagen 14 – Fotografía propia

Para los japoneses es normal ver los spots televisivos y posters pegados en el metro, para los extranjeros que van a ese país sólo porque les gusta el anime – como se dijo- no es suficiente. Sin embargo, Takahashi (vicecónsul en el 2011) explica que la tirada semanal de revistas es de 10 millones aproximados, siendo 1 de cada 10 japoneses los que leen manga, en el metro, [de forma física o en el celular], teniendo diversas temáticas para diferentes estratos sociales (Bernabé, 2001).

Al institucionalizarse el anime, se interioriza la práctica de ver los anuncios en diversos lados, causando el efecto de normalización en los individuos. Uno de los efectos es que cada distrito en Tokio tiene una mascota que le caracteriza, los visitantes lo encuentran como un atractivo turístico tomándose fotografías con los personajes creados para representar cierta localidad.

La animación o el uso de la misma es frecuente –como se mencionó- por ello, uno de los usos es en las máquinas de juegos de azar llamado Pachinko, que se pueden llegar a confundir con tiendas de productos animados –para el que no conoce. No obstante, existen lugares en los que los extranjeros no pueden entrar, se habla de discriminación y han existido demandas, sin embargo, es cultural el motivo, los usos y costumbres de los japoneses son diferentes a los de occidente, por ello, no todos los establecimientos son abiertos para el público en general, aunque la mayoría que rodea al anime es abierta a diferentes consumidores.

Una de las expresiones culturales en Japón es la creencia de tener “tres caras”, la primera es la imagen que se da a los que rodean a la persona, la segunda es el rostro que se otorga a las amistades y familia, finalmente es aquella que sólo en individuo conoce. Mientras que en occidente se tiene –a base de estudios en psicología- la división de temperamento, carácter y personalidad, con el primero se nace, el segundo se forma con las experiencias de vida, y el tercero se fabrica para que la sociedad lo vea. Son semejantes, pero es la interiorización de ese conocimiento o la falta del mismo lo que otorga identidad a los jóvenes en Japón y México.

El individualismo es una característica de la posmodernidad, México y Japón son países que tienen un alto nivel aislamiento, las causas económicas, políticas y sociales son diferentes, sin embargo, el nihilismo existe en mayor o menor medida en las diversas sociedades independiente de la cooperación en organizaciones lucrativas o no lucrativas.

No obstante, existen valores y antivalores dentro de la sociedad, los valores son los que crean parte de la identidad individual y grupal, la falta de los mismos afecta la estabilidad del sujeto, se llegan a adquirir los valores, el conocimiento de los mismos, del rol que se juega en la sociedad, así como las relaciones de poder a medida que el sujeto es inmerso en la sociedad (Pearce, 1994).

Una de las organizaciones que rodea a los cosplayers es la editorial Shonen Jump, su lema –en relación valores- y que es consumido por los lectores consiste en “amistad, esfuerzo y victoria”. Las serializaciones de la editorial se catalogan en un género para jóvenes, en ocasiones adultos, los cuales consisten en temas diversos géneros literarios, sin embargo, no importa que hable de piratas, extraterrestres o jóvenes en la cotidianeidad de la vida y los cuestionamientos de su existencia en el mundo, siempre se enfatiza el slogan de tener amigos es importante para vivir en sociedad, y confiar en el contrario; esforzarse para lograr las metas individuales y grupales sin dañar a otros, finalmente la victoria que se consigue al tener los primeros dos valores. Una vez entendido lo anterior, y en relación al apartado 1.4. El manga es utilizado no sólo como una forma de entretenimiento, también es un reflejo de la sociedad.

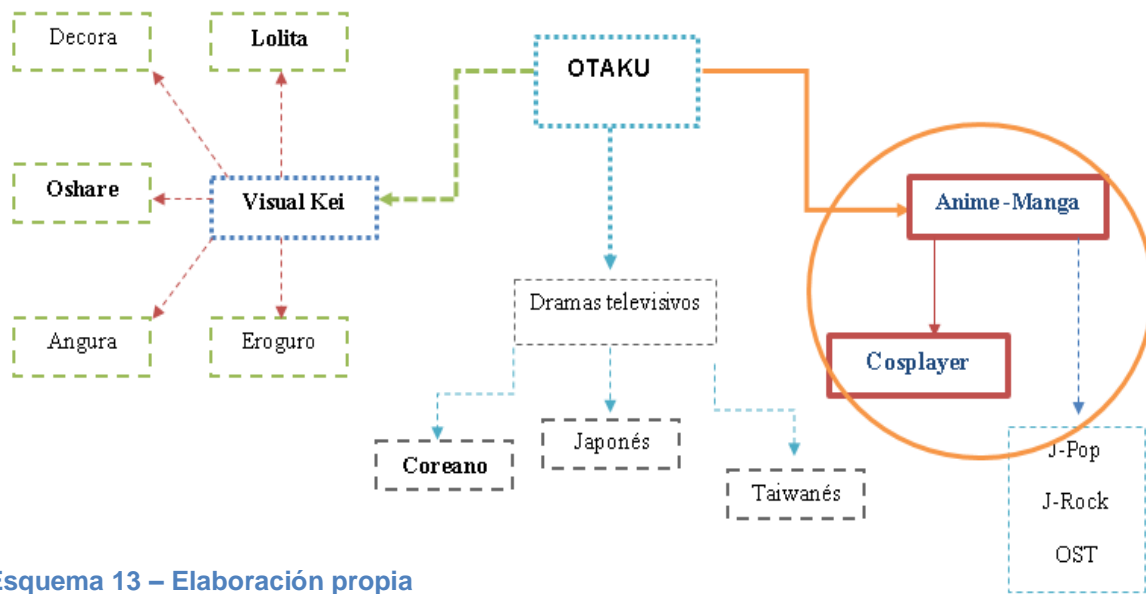
Se mencionó que el manga fue utilizado para generar un sentido de nacionalismo en la sociedad después de la guerra del pacífico, sin embargo, también ha retratado en formas alegóricas los movimientos y problemas sociales, concientizando a sus lectores. En 1968, un movimiento de estudiantes se manifestó contra el sistema de aquella época, en ese momento, en el manga Kamui-den, se escribió una escena donde el protagonista y otros pelean por la vida y lo que protegen (Nippon Hoso Kyoukai, 2015). Osamu Tezuka en Black Jack refleja su sentido y perspectiva, ya que él fue estudiante de medicina, y

describe los problemas sociales o perspectivas en los mangas que dibujó. La época influye el manga, y a su vez éste se relaciona con su realidad espacio-temporal.

Lo anterior lleva a que los jóvenes se sientan identificados con los personajes, y se manifiestan al disfrazarse de alguno, para sentir pertenencia a un grupo en el que se sientan identificados, de igual forma sirve como una forma de liberar estrés y evadir un momento la realidad, ya que al caracterizar a un personaje dejan de ser ellos mismos y se convierten en otra persona.

No obstante, lo anterior causa rechazo o aceptación dentro de la sociedad, por ejemplo, si se realiza el cosplay de forma esporádica o para un evento, no es completamente aceptado, sin embargo, no se es rechazado, contrario a lo anterior, si se es un cosplayers en la cotidianidad entonces como Durkheim lo señala, uno se convierte en un ser anómico, saliéndose de la regla social, y desviándose de su generalidad dentro de la normalidad impuesta por la sociedad y cultura a la que se pertenece.

### Esquema. Lugar en que se ubican los cosplayers dentro de la subcultura otaku



Esquema 13 – Elaboración propia



Entendida la importancia del anime y manga en el tema de investigación, y relacionada con la tribu urbana y su clasificación dentro de la subcultura otaku (véase apartado 1.6). El tema prosigue a los lugares de reunión como se mencionó al inicio del capítulo.

#### 4.1. Akihabara

Al salir de la estación, caminando en línea recta unos metros se observan los edificios de hasta diez pisos en venta de electrónicos, “El distrito electrónico” como es conocido, o también “el barrio otaku”. Promovido hace años en la serie “Densha otoko” (El hombre del tren), se muestra que los fans de anime y manga sienten una invasión a su privacidad y pasatiempo personal por parte de los extranjeros que visitan Japón con el fin de observar anime, obtener figuras y observar maids o cosplayers. A su vez en la serie mencionada se refiere a que la industria del anime es relevante en el mercado japonés por lo que se promueve cada vez más a los extranjeros con el fin de generar turismo y que sea un distrito remunerable.

Lo anterior se observa en la serie mencionada, sin embargo, en la observación de campo se observa que una minoría de japoneses tienen un sentimiento de rechazo a los extranjeros, pero no es rechazo al turismo, sólo si se quiere residir en Japón. En las cátedras de la universidad se da el tema de discriminación racial y se lee en los periódicos el impacto que genera el nacionalismo japonés al momento de aceptar o no a los extranjeros, no obstante, los jóvenes cosplayers, entre otros son flexibles ante los extranjeros, algunos permiten ser fotografiados. No son observados con miradas de rareza, pero eso no significa que sean completamente aceptados por la sociedad, mientras que en México los jóvenes son llamados “raros” por los medios de comunicación.

Mientras que en México son a veces discriminados por su vestimenta –que no es de uso diario-, en Japón el rechazo no se da por el tipo de vestir, son otros factores como la presión social de estar en un pasatiempo en vez de aprovechar el

tiempo estudiando en escuelas complementarias, además de que los jóvenes o adultos que se obsesionan con las series de anime, videojuegos o cosplay pueden llegar a convertirse en *Hikikomori*, que son personas enclaustradas que no estudian ni trabajan, escondidos por sus padres para no ser discriminados socialmente, sin embargo ser *hikikomori* es un caso extremo en donde el fan se obsesiona hasta perder el sentido de su realidad y temer el enfrentamiento social en las diferentes organizaciones.

Una vez aclarado el por qué la falta de aceptación de los cosplayers u otakus en Japón, se pasa no el lado oscuro, sino a que, en Japón, la subcultura del anime se aprovecha para promover la economía, por el campo organizacional que mueve el ser otaku y/o cosplayer como lo son tiendas de videojuegos, cafeterías, accesorios para celulares, artículos de colección. Caso contrario, en México se critica el anime y los cosplayers como el caso mencionado del capítulo transmitido por televisa –haciendo ver a los cosplayers como personas que no tienen criterio propio, y que, sin embargo, generan una ganancia ya sea criticando o promoviendo a los cosplayers.





Imagen 15 – Fotografías propias

En este distrito, si bien existen cosplayers, su mayor representación se encuentra en las “maid” o sirvientas como su traducción lo indica, como se mencionó en el capítulo 3, las maid son jóvenes que se disfrazan y atienden a sus clientes como si fuesen amos, ya sean mujeres u hombres. Existe una versión masculina, donde los hombres jóvenes se disfrazan de mayordomos, su función es ser camareros o camareras<sup>41</sup>.

<sup>41</sup> No confundir con el Host Club, donde mujeres u hombres se dedican a hacer sentir al sexo opuesto bien consigo mismos, y atenderles al mismo tiempo que se insinúan, sin llegar al contacto físico realmente, su función es la de platicar con los/las clientes y hacerles sentir deseados, así como aumentar su autoestima. Las prohibiciones del Host Club son interactuar con los clientes fuera de los horarios de servicio, así se evita que se genere una red de prostitución o que se ofrezcan servicios sexuales de forma independiente, es decir, en ningún momento se interactúa más allá de una conversación.

## 4.2. Shibuya

Es el distrito de moda y consumo de la misma, semejante a Harajuku, a diferencia del último y Akihabara, Shibuya es un distrito con gran concentración de cosplayers, y diversidad de tribus urbanas y movimientos sociales, es una zona en la que la aceptación de los individuos sin importar preferencias sexuales, de estilo, lenguaje, o vestimenta pueden concurrir sin ser vistos con prejuicio, se caracteriza por sus altos edificios y tecnología en los mismos.

Los jóvenes que atienden ese distrito van a la moda, o disfrazados de cosplayers, especialmente en eventos como el 2 de noviembre, Halloween como se conoce en países extranjeros al ser la importación de la fecha popularizada por Estados Unidos, aunque su origen sea del norte de Europa.



Imagen 16 – Fotografía propia



Imagen 17 - Fotografía propia

Una de las organizaciones que se encuentra en relación con los cosplayers, se ha mencionado varias veces es el anime y manga en Japón. Shibuya cuenta con una productora de radio y televisión llamada NHK, cuyas siglas significan, “Emisora Asociada de Japón”, cuenta con instalaciones en Shibuya que permiten observar cómo funciona una transmisora de medios, la NHK se difunde por internet, es televisora pública y de radio. Sus recursos se otorgan a través de la cooperación de los televidentes.

La NHK es promotora de cultura, ha realizado diversos estudios de subcultura, dentro de los cuales el anime ha sido uno de sus temas recurrentes debido a su historia e influencia en la sociedad, también creó un anime llamado “Bienvenidos a la NHK” con el fin de rehabilitar a los *Hikikomori* mencionados anteriormente, para que después de ver el anime se sintieran motivados a reintegrarse socialmente.



Imagen 18 – Fotografía propia

En el parque temático de dicha productora, que son instalaciones de emisión, se encuentra una explicación de cómo se produce la animación (ver capítulo 1), desde el desarrollo de los personajes, el borrador, guion, materiales hasta el doblaje de voz.

El doblaje de voz es realizado por actores de doblaje llamados “seiyuu” que se dedican a representar cierto personaje, presentándose primero por su nombre, y adoptando al personaje hasta realizar cosplay para personificarlo en pro de satisfacer a los fans.

Se crea la ilusión de que el actor se convierte en el personaje, no por ello los fans no son conscientes de que es un performance, pero les gusta porque no es real.

“Lo sé, pero es por eso que es divertido, no es real.” Mariko-san

Fue la frase de unas jóvenes, riendo al decirlo. El sentido es evadir por momentos la presión social y la realidad, una forma de escape que funciona en mayor o menor grado relaciono a su contexto social.

Japón es un país de excelencia, por eso mismo se da el *karoshi* o muerte por exceso de trabajo y existe un alto índice de suicidios en los jóvenes, la sociedad exige de sus ciudadanos formalidad, calidad, excelencia, ser el mejor sin destacar entre la multitud por egolatría, pero si destacar a través de la dedicación y esfuerzo.

La NHK no es la única organización relacionada a los *cosplayers* y anime/manga. Se mencionó anteriormente que existen museos, editoriales, disqueras, políticas de gobierno y locales en distritos comerciales como Akihabara, Harajuku o Nakano.

Los museos se encuentran localizados en las principales ciudades; Tokio, Kioto, Osaka y Kobe, especialmente en la capital de Japón se encuentra “El museo Animation”, “Museo Ghibli” y la “NHK”, así como el “Parque de Manga” en la estación Tachikawa donde los niños y jóvenes pueden realizar actividades de taller en relación a la producción de manga.

Al ser el campo organizacional de los *cosplayers* relacionados al anime vasto, sólo se han mencionado los distritos principales, dedicando especial énfasis en Shibuya, que es donde se puede encontrar a un *cosplayer* con mayor frecuencia que en otros distritos.

#### **4.2.1. Dos de noviembre 2015**

Se mencionó anteriormente que, en festividades como el dos de noviembre, en el distrito de Shibuya se reúnen varios *cosplayers*. Halloween, es en la noche un lugar en donde desde abordar el tren se pueden observar *cosplayers* sin ser criticados debido a que es un día de disfrazarse, misma ocurrencia en México.

Los *cosplayers* se dirigen en tren a la estación de Shibuya para pasar el rato en la noche del 2 de noviembre representando a sus personajes preferidos, o personajes creados por ellos mismos.



Imagen 19 – Fotografía GoShiGo

#### 4.2.2. Nakano Broadway

Subiendo las escaleras al bajar del tren, caminando a la salida se observan los edificios y el corredor de tiendas departamentales y electrónicas. Semejante a Akihabara, la diferencia reside en que más que un lugar de encuentro de cosplayers, ese es el lugar en donde se pueden encontrar todos los accesorios e incluso la ropa confeccionada.





Imagen 20 – Fotografía propia

Desde 300 yenes (accesorios), hasta 1000 yenes, o prendas de 1000 yenes a 10000 yenes o 15000 promedio en trajes de cosplay, incluso cuentan con un evento en la cadena de locales Mandarake en la que se crean eventos para cosplayers, mientras en México existen concursos dentro de la Frikiplaza y se premia a los jóvenes con un reconocimiento, en Mandarake se ofrece un paseo gratuito con explicación al visitar los diferentes locales que pertenecen a esa cadena, observando libros, figuras de colección, disfraces, así como dibujos realizados por los autores originales, siendo objetos de colección adquiridos por los fanáticos de cierto autor o serie.



Imagen 21 – Fotografía propia

Trabajos impartidos para extranjeros a partir de diciembre, el perfil de los trabajadores es, personas españolas o personas de habla inglesa, preferentemente nativos de España o Estados Unidos, sin embargo si se cumple la característica de saber japonés y alguno de los otros dos idiomas se tiene una alta posibilidad de ser contratado para ofrecer productos a extranjeros y hacerlos sentir cómodos, el lema de diversos servicios es saludar en el idioma nativo del visitante, para ello se pregunta “¿de dónde es?” y si no se sabe el saludo, los empleados pueden consultar el traductor de internet para realizar la traducción mientras otro empleado sonríe amablemente y ofrece hospitalidad al posible comprador.

## Reflexiones Finales

La investigación gira ante la pregunta del por qué es importante el campo organizacional en los cosplayer, después del recorrido teórico-empírico, se puede decir que es posible estudiar a los cosplayers, una tribu urbana desde una perspectiva organizacional, lo anterior se define en relación a que los cosplayers no son estudiados por sus actos como individuos, son estudiados a través de la influencia que tienen las organizaciones en ellos, y viceversa, es decir, el campo organizacional de los cosplayers no es un conjunto de organizaciones que se crean per sé y de ahí se originan los cosplayers como sucede en el caso de Japón.

En el caso de la Ciudad de México son los cosplayers y si existencia la que demanda un espacio para ellos, y es entonces que se crean organizaciones como Capital 8, la TNT, Frikiplaza, J'Fest, y al ver el impacto que tiene la mercadotecnia y el anime en los individuos es entonces que se decide crear organizaciones que vendan productos originales de anime, se crean tiendas para vender cosplay hechos o los accesorios, se realizan concursos, los cosplayer que antes no tenían un punto de reunión comienzan a organizarse, a estar de acuerdo en reunirse en un lugar, se someten a procesos de sociabilización y exteriorizan su fanatismo por la animación.

Un grupo que antes pensaba estaba sólo como individuo descubre que hay sujetos semejantes y empieza el proceso de identidad, se tiene la meta de promover la cultura japonesa, de ser el mejor en realizar un disfraz, en divertirse y salir de la cotidianidad. Es entonces que se pregunta cómo organizarse y encuentra que no sólo los no lugares de Auge son válidos, una convención, una plaza se limita a un espacio físico así que crean grupos en línea a través de redes sociales como Facebook, y Blogs.

El internet no sólo trae la posmodernidad consigo y la falta de un espacio físico, también acarrea una conexión virtual entre los cosplayers que les ayuda a

organizarse, ya no sólo es ir el “yo” individuo a un lugar de encuentro, sino es un “nosotros” como grupo, que aunque no se conozcan personalmente, a través de los grupos en Facebook principalmente logran conectar sus intereses con otras personas, se ponen de acuerdo, es decir, empiezan a crear un proceso organizado en base a las organizaciones que les rodean, y las organizaciones evolucionan y algunas se crean a demanda de los mismos cosplayers o fandoms a los que pertenecen.

Al principio de la investigación se creía que los cosplayers pertenecían a una misma categoría y que era sólo un grupo de individuos disperso, después de la investigación, se concluye que los cosplayers son un conjunto de individuos dentro del término de tribu urbana cuyas características se basan en no sólo compartir ideas, una identidad, gustos, música e ideología, son individuos que realmente otorgan un sentido a ser cosplayer, es un proceso recreativo entre las organizaciones y los cosplayers, las organizaciones mencionadas en la tesis existen porque los cosplayers se encuentran ahí, insertos en la sociedad y en las organizaciones, mientras que a simultáneamente los cosplayers pueden manifestarse y tener un espacio, así como organizarse debido a que las organizaciones existen.

## ANEXOS

### GLOSARIO

CONCEPTO/ GÉNERO	DEFINICIÓN	GÉNERO y/o SUBGÉNERO	DESCRIPCIÓN
<b>Anime</b>	Se le llama así a la animación japonesa, es decir, a los dibujos animados, la palabra anime se deriva de la lengua francesa, de la palabra “anaim”, aunque algunos fans aseguran que proviene de la lengua inglesa “animated”.	OVA  Serie  Película	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Only Video Available (Disponible Sólo en Video) u Original Video Animated, es un episodio de 20 a 40 minutos, en algunas ocasiones es un complemento de la serie, en otras se usa como capítulos piloto y a veces es un episodio único.</li> <li>❖ Se cuenta como serie a partir de que la animación tenga 13 episodios en adelante.</li> <li>❖ En algunas ocasiones es una proyección que dura más de 1 hora, pero no entra en los primeros dos subgéneros. En otras ocasiones las películas se ubican en universos alternos de la serie, o pueden ser un</li> </ul>

			complemento de la misma.
<b>Animanga</b>	Se le llama así a la mezcla de anime y manga.	Manganime	Es lo mismo que <i>animanga</i> , uno de los ejemplos que ambos géneros están entrelazados es que en la mayoría de los casos el anime es sacado de publicaciones de manga, es decir, primero se publicaba un manga y si este tenía gran éxito entonces se creaba el anime, aunque los animes también son sacados de <i>Light Novels</i> .
<b>Amecomi</b>	<i>American Comic</i> , Ese es el nombre que se le da al comic americano.	-	-
<b>AMV</b>	<i>Anime Music Video</i> , son videos que realizan los fans, se editan varios capítulos de una o varias series para realizar un video y le colocan una canción, la que le guste al fan y este le coloca las imágenes.	Los AMV's no tienen un subgénero en sí, sin embargo, pueden encontrarse de romance, acción,	-

		etc.	
<b>Bishoujo</b>	Significa mujer hermosa, bishoujo no es un género, sin embargo los otakus hacen referencia a un anime o manga diciendo si tiene varias bishoujo o no.	-	-
<b>Bishonen</b>	Es hombre hermoso, al igual que el bishoujo, el bishonen sirve para identificar si en un anime o manga salen hombres hermosos, casi andróginos, usualmente se ven en los géneros yaoi y shoujo.	-	-
<b>Cosplay (Costume Play)</b>	Es cuando los fans de cierta serie se disfrazan de su personaje favorito. Los fans se disfrazan en las convenciones, incluso hay un concurso de cosplay para decidir cuál es el mejor de todos. Cabe aclarar que no todos los otakus se disfrazan. Otro punto a aclarar es que los cosplayers no sólo se disfrazan sino que se sienten el personaje, es decir, lo interpretan, lo que en actuación se llamaría "performance"; algunos de los cosplayers diseñan	<b>Crossplay</b>	Es un derivado del Cosplay, pues también consiste en que el fan se disfrace de su personaje favorito, sin embargo, su característica consiste en que, a diferencia del costplay, la mujer se disfraza de un personaje masculino y viceversa.

	sus disfraces, pero otros los compran.		
<b>Doujinshi</b>			Usualmente yaoi, o hentai.
<b>Eye Flash</b>	Se le llama así, porque únicamente dura unos segundos (3-5 seg.). El <<eye flash>> es la imagen que se muestra en los animes al intermedio de cada capítulo.		
<b>Fanfiction</b>	Significa “ficción de fans”, no se sabe desde cuándo comenzó, pero antes de 1965 era un término que usaban los fans de la ciencia ficción para sus escritos (fanzine). Después de los años 70, el término se utilizó para referirse a los escritos que realizan los fans, se retoman a los personajes de obras literarias, películas, animes, mangas, etc., sin embargo, la trama de ese escrito es inventada por el fan que crea la historia; con el avance de la tecnología y la implementación del internet en la actualidad, los fanfics o fics pueden	Songfic	El songfic, es una historia escrita a partir de alguna canción, en la mayoría de los casos son párrafos de la historia creada por el fan e intercalados con los párrafos de la canción, de esa forma se crea el <i>songfic</i> .



	<p>ser publicados en páginas de internet.</p> <p>Esas publicaciones son realizadas sin fines de lucro, con el único de fin de compartir una idea del fan realizando una historia alterna o para mejorar su redacción. Algunas compañías o escritores famosos tienden a demandar a los que escriben fanfics, para evitar eso, se coloca un “disclaimer” (descargo de responsabilidad) o aclaración en donde el fan indica que los personajes no son suyos, sólo la invención de la historia. A otras compañías les parece bien la creación de fics para promover sus publicaciones o películas.</p>		
<b>Fandom</b>	Es el nombre que se da a un grupo de individuos cuyo gusto por una misma serie los hace tener un sentido de pertenencia.		
<b>Manga</b>	Historieta, o comic.	One shot	
<b>MMV</b>	Manga Music video.		Es un slide-show, o reproducción de imágenes con fondo musical de algún manga en particular, creado

			por fans como tributo a su manga favorito.
<b>Mecha</b>	Género de anime con la temática central en robots, y alta tecnología.		Mobile Suit. - Mazinger. - baron Rojo, etc.
<b>Moe</b>	Fetichismo utilizado en personajes de anime y videojuegos cuya característica es hacer más lindo al personaje.		
<b>Omake</b>	Es el extra que viene en los DVD's o puede ser el extra de los mangas, estos son historias muy cortas de unas 3 a 5 páginas, y en los DVD's son de 2 a 3 minutos aproximadamente.		
<b>Opening &amp; Ending</b>	Es el tema de entrada y salida en los animes.		Algunos endings, y opening ayudan a la popularización de bandas, como es el caso de UverWorld, que paso directamente a la fama al ser puesto en varios temas de entrada. Uno de ellos fue en la serie de Bleach.
<b>OST</b>	Original Soundtrack		Es la música de ambientación ya sea en una serie de anime, OVA, Película, incluye desde el opening, ending, piezas instrumentales hasta otras canciones que aparecen a lo largo de la trama.

<b>Seiyuu</b>	Actor/a de voz, también idols en Japón, cuya labor es la de dar vida y personalidad vocal a los personajes. También actúan en CD-Dramas, que son radionovelas.		En el anime Sket-Dance, dan a conocer el concepto de Seiyuu como idol, y la carrera que representa.
<b>Tankoubon</b>	Compilación de varios tomos de manga en uno sólo de aproximadamente 200 páginas.		Existen tankoubon de Captais Tsubasa, Saint Seiya, etc.

## Bibliografía.

Augé, Marc (2000) *Los no lugares, espacios del anonimato*, Editorial Gedisa, España.

Barriopedro, Javier (2001) “Y sin embargo... se mueve” en *Animotion*, núm. 2, Agosto, pp. 30-31.

Bernabé, Marc (2001) *japonés en viñetas*, Barcelona, Norma Editorial.

Bourdieu, Pierre (2000) “Sobre el poder simbólico”, en *Intelectuales, política y poder*, traducción de Alicia Gutiérrez, Buenos Aires, UBA/ Eudeba, pp. 65-73.

Brienza, Casey (2014) Did manga conquer America? Implications for the cultural policy of ‘Cool Japan’, en revista electrónica *International Journal of Cultural Policy*, pp. 383-398.

Clay, Shirky (2009) *Here comes everybody, the power of organizing without organizations*, Penguin, USA.

Cobos, Tania. “Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura Otaku en América Latina, en *Razón y Palabra*, núm. 72, mayo-julio 2010. [<http://www.razónypalabra.org.mx>]

Davalovszky, Csilla, “Los embajadores pop de Japón”, en *El País*, septiembre 2009 [<http://www.elpais.com>]

Clegg, Stewart, R. (1990) *Modern organizations. Organization Studies in the postmodern world*, Sage, Londres, pp. 1-24. 176-207.

\_\_\_\_\_, Cynthia Hardy (1996) “Introduction. Organizations, organization and organizing”, en Clegg, Stewart R., Cynthia Hardy y Walter R. Nord, *Handbook of Organization Studies*, Sage, Londres, pp. 1-28

Choo (1996) “The knowing organization: How organizations use information to construct meaning, create knowledge and make decisions” en *Journal of Information Management*, vol. 16, núm. 5, Pergamon, pp. 329-340.

Czarniawska, B. (2008) *A Theory Of Organizing*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, pp. 139-169

Davalovszky, Csilla, "Los embajadores pop de Japón", en *El País*, septiembre 2009  
[<http://www.elpais.com>]

DiMaggio, Paul J. & Powell (1999a), "Introducción", en *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*, Fondo de Cultura Económica, México.

Brown, & Duguid (1998) "Knowledge organizing" en *California Management Review*, United States, pp. 90-111

Eilaine Lies (2013) "Cool Japan" gives anime heroes a new mission: boost the economy.[<http://www.reuters.com/article/2013/07/21/japan-cool-idUSL4N0FP0ZH20130721>]

Eisenberg, E. (2006) "Karl Weick and the aesthetics of contingency." En *Organization Studies*, 27, 1-15.

Etzioni, Amitai (1964) "Rationality and happiness: the organizational dilemma", en *Modern Organizations*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, pp. 1-4

García Canclini (1989) "Entrada". *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, México.

\_\_\_\_\_, (1997) "Culturas Híbridas y estrategias comunicacionales" en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. III, núm. 005, Junio, Universidad de Colima, México, pp. 109-128.

Gelder, Ken (2007) *Subcultures: cultural histories and social practice*, Routledge, Nueva York.

Giddens, A. (1995) *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*, Buenos Aires, pp. 52-65.

Hatch, Mary Jo (1997), *Organization Theory. Modern, symbolic and Postmodern Perspectives*, Oxford University Press, Nueva York.

\_\_\_\_\_ (2011) *Organizations: A very short introduction*, Oxford, Nueva York.

Hernández, Mónica, "Historia del manga" en *Conexión Manga*, núm. 200, Julio 2009, pp. 94-95.

Hernández, Oscar (2000) "Ozamu Tezuka: El dios de los dibujos" en *Conexión Manga*, núm 69, marzo, pp. 20-21

Latour, Bruno (2011) <<"What's the story?" Organizing as a mode of existence>> en *Passoth, Jan-H., Birgit Peuker and Michael Schillmeier, New Approaches to Collective Action*, Routledge, Londres.

Lothar, Nauth (1980) *La modernidad del Japón*, México, UNAM, pp. 57-79.

March, James, G. (2007), "The study of organizations and organizing since 1945" en *Organization Studies*, Sage, Londres, pp. 9-19

Pearce, Barnett (1994) "Nuevos modelos y metáforas comunicacionales: el pasaje de la teoría a la praxis, del objetivismo al construccionismo social y de la representación a la reflexividad" en Schinitman, Fried, *Nuevos paradigmas, cultura, y subjetividad*, Paidós, Mexico, pp. 265-289

Rendón Cobían, Marcela V. (2007) *Dinámica organizacional y referentes institucionales. El caso de un pequeño hospital de propiedad familiar*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 153-292.

¡Revista Manga Latino Doon!!, febrero-abril, 2012, núm. 01, Asociación México-Japón, Tokyo Marketing.

Roethlisberger, F. J. y William Dickson (1966) *Management and the Worker*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, pp. 551-568

Romero, Quiroz (2012), *Influencia cultural del anime y manga japonés en México*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México, UNAM.

Sotinel, Thomas, "Robots, samurais y brujas sobre la base de Lorcano" en *Le Monde*, Agosto 2009 [<http://www.lemonde.fr/>]

Schein, Edgar H. (1997) *Organizational Culture and Leadership*, Jossey-Bass, San Francisco CA, pp. 3-27 (capítulos 1 y 2). (1992)

Smircich, Linda (1983) "Conceptos de Cultura y Análisis Organizacional" en Luis Montaña, Antonio Barba y Guillermo Ramírez, Compiladores (2005), *Nuevas perspectivas de los estudios organizacionales*, México.

Schwartzman, Helen B. (1993), *Ethnography in Organizations*, Sage, pp. 1-26

Urteaga, Maritza (2010) "Tribus urbanas, culturas juveniles y el futuro de los jóvenes en México" en *Cultura Juvenil y contracultura*, Universidad Iberoamericana, Año II, núm. 8, Junio-Julio, pp. 4-7

Weick, Karl (2005) "Organizing and the process of sensemaking" en *Organization Science*, Ross School of Business, Michigan, vol. 16, núm. 4, Julio-Agosto, pp. 409-421.

### Referencias electrónicas de páginas web

- <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/664690/Las-subculturas-en-las-organizaciones-Peligrosas.html>
- <https://chikiotaku.mx/2012/09/revelado-equipo-de-produccion-de-psycho-pass-nuevo-anime-de-production-i-g>
- <http://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/anime.php?id=14195>
- <https://tnt-web.net/>
- <https://maidreamin.com>

### Otras referencias:

Canal 22, documental, diciembre 2013, (el segmento ha sido discontinuado)

NHK©, "subculture" transmisión semanal sobre manga y anime en Japón.

Exposición permanente de animación (2015), Kyoto, Museo Internacional del Manga de Kyoto.

Exposición permanente de Osamu Tezuka (2015), Takarazuka, Museo Osamu Tezuka.

Exposición permanente de las producciones animadas de Hayao Miyazaki (2015), Mitaka, Museo Ghibli.

Exposición permanente de animación japonesa (2015), Suginami, Animation Museum.

**Disclaimer.**

Todas las imágenes utilizadas son con fines informativos y académicos, así como la información de los museos mencionados, nombres o las convenciones, en ningún momento se pretende hacer uso de las imágenes o información con otros fines, puesto que son propiedad de sus respectivos autores.

*All the pictures are copyright of their respective authors and are used with academic purposes only, also the information from the museums is intellectual property of the respective museums and universities.*