

un geek en

WAP-OW



por HÉCTOR GARCÍA (Kirai)

NORMA
Editorial

CAPÍTULO 7:

VIDA EN EL JAPÓN ACTUAL





Después de entender un poco la historia, la tradición y las claves de la sociedad y la cultura empresarial japonesa, vamos a ver cómo se vive en este país en el que se llegó a un estatus de bienestar a principios de los años 70 y le ha dado tiempo suficiente para desarrollar muchos movimientos culturales que han influenciado al resto del mundo. Veamos qué tipo de vida llevan en un país donde el paro apenas existe, el nivel de educación es altísimo y hay dinero suficiente como para que la gente no tenga que preocuparse mucho por el futuro y pueda dedicarse de lleno a sus aficiones.



VIDA DE UN OTAKU

Otaku es una palabra japonesa que se ha internacionalizado y se usa para referirse a gente obsesiva con sus hobbies, sobre todo relacionados con el anime y el manga.

EL ORIGEN DE LA PALABRA OTAKU

La palabra otaku tiene un origen curioso. En japonés es un término que se utiliza para referirse a la casa de otra persona, pero también es un pronombre de segunda persona honorífico poco común, algo así como el "usted" castellano. Parece ser que la comunidad "friki" japonesa utilizaba mucho el pronombre otaku para referirse a sus iguales cuando realmente no es necesario utilizar un pronombre tan formal. Poco a poco, gente de fuera de las comunidades "frikis" se dio cuenta de este fenómeno y comenzó a utilizar la palabra otaku para referirse a los "frikis". Durante los años noventa se convirtió en una palabra de uso común en Japón y a finales de siglo se comenzó a extender por todo el mundo, no solo como una palabra sino como un movimiento cultural.

¿QUÉ ES UN OTAKU?

Para un japonés, un otaku es aquel que pasa mucho tiempo libre encerrado en casa dedicándose a cultivar aficiones de lo más diversas. Los otakus más abundantes en Japón son los aficionados a leer manga, a los videojuegos, al anime o, simplemente, enganchados a Internet. La palabra otaku, en principio, tenía un sentido bastante despectivo en los años noventa, dando a entender que un otaku no tenía vida propia más allá de Internet o de sus cómics favoritos. Pero la palabra se exportó al extranjero y tomó el sentido de "aficionado a la cultura japonesa" y, sobre todo, "friki" del anime y el manga. El significado que tomó en el extranjero retornó a Japón dándole un sentido algo más positivo y, actualmente, la mayoría de la gente simplemente lo usa para bromear con los colegas en plan "eres un

otaku de la música de los 70", "eres un otaku de Ghibli", "otaku de Gundam", "otaku de ordenadores", etc.

Tipos de otakus más definidos y populares en Japón

- **Manga otaku:** No solo leen manga (algo que hacen la mayoría de japoneses sin ser otakus) sino que coleccionan todo tipo de material relacionado con sus series favoritas.
- **Anime otaku:** Parecidos a los anteriores pero se centran más en coleccionar DVD de sus series favoritas.
- **Figure otaku:** Coleccionan figuritas de series. Hay todo un mundo de figure otakus, tienen sus propias convenciones internacionales, tiendas e incluso centros comerciales enteros de figuritas en Akihabara.
- **Pasokon otaku:** Obsesionados con los ordenadores, tienen servidores en sus casas para montar comunidades de otakus, siempre están a la última, comprando y vendiendo en tiendas de Akihabara. Muchos de ellos también son aficionados a construir robots y a hacer montajes electrónicos.
- **Wota:** Otakus de *idols*. Son fans de las características *idols*, ya sean de tipo *gravure* (chicas que posan en bikini) o cantantes de las cuales coleccionan su música, DVD y libros de fotos.
- **Gemu otaku:** Otakus de los videojuegos. Tienen todas las videoconsolas del mercado y suelen estar centrados en juegos de rol de los cuales se compran todas las guías disponibles en las librerías. Hay todo un mercado de libros de videojuegos en Japón dirigido exclusivamente a ellos.
- **Densha otaku:** Otakus de los trenes que coleccionan figuritas de todos los trenes de Japón y están a la última comprando revistas en las que informan de los últimos modelos de locomotoras y vagones.



<< Varios tipos de otakus.

LOS HIKIKOMORI

Para referirse a los otakus en el sentido negativo, aquellos realmente obsesivos que no salen de casa para nada y siempre están con sus aficiones, se creó una nueva palabra, *hikikomori*. Considerado como una enfermedad, los que padecen de *hikikomori* se recluyen en casa hasta tal punto que dejan de ir al colegio, de trabajar y no se socializan de ninguna manera. Hay muchos japoneses que padecen este síndrome, y se está convirtiendo en un problema bastante serio. Psicólogos están estudiando el fenómeno, como posibles causas señalan la gran presión social sobre los jóvenes y la entrada en el mundo adulto. Mucha gente se siente incapaz de poder integrarse en el sistema y se rinde recluyéndose en mundos de fantasía que puede encontrar jugando con videojuegos, leyendo manga o navegando por Internet.

Los otakus más extremos, aunque sin llegar al *hikikomori*, no se socializan mucho, suelen ser muy aficionados al anime, al manga y a los videojuegos y, en general, llevan una vida bastante solitaria. Trabajan de *arubaito* (trabajo temporal) para ganar lo justo para comer y comprar lo último de sus series favoritas. Los fines de semana los pasan dentro de casa y suelen ser solteros. Las pocas veces que salen es para ir a convenciones, eventos y a comprar en Akihabara.

AGENDA DE UN OTAKU

- **Durante la semana:** Ir a trabajar, seguramente a una empresa de tecnología a media jornada o en alguna tienda con un contrato temporal. Por las tardes, después del trabajo, cenar algo rápido en un restaurante y volver a casa a leer manga, ver anime o jugar por Internet.
- **Fin de semana:** Acudir a eventos otakus o darse un paseo por Akihabara (ver capítulo 11) para ver las últimas novedades.

OTAKU

PARA UN JAPONÉS,
UN OTAKU ES AQUEL
QUE PASA MUCHO
DE SU TIEMPO LIBRE
ENCERRADO EN CASA
DEDICÁNDOSE A SUS
AFICIONES.

“Los otakus más extremos, aunque sin llegar al *hikikomori*, no se socializan mucho, suelen ser muy aficionados al anime, al manga y a los videojuegos y, en general, llevan una vida bastante solitaria.”

Eventos otakus más importantes

- **Tokio Game Show:** evento anual en el que se presentan nuevos juegos y videoconsolas. Se suele celebrar en septiembre u octubre en el centro de convenciones Makuhari Messe. Para más información visitad: <http://tgs.cesa.or.jp> o http://www.m-messe.co.jp/index_e.html
- **Comiket:** Es el evento de este género más importante del mundo, al que más otakus acuden cada vez que se celebra. Está especializado en manga y se celebra en el Tokio Big Sight en agosto.
- **Tokio Anime Fair:** Evento especializado en anime que se celebra también en el Tokio Big Sight.
- **Gonder Festival:** Evento especializado en figuritas que, como los anteriores, se celebra en el Tokio Big Sight.

Para saber las fechas exactas y encontrar el lugar donde se celebran el Comiket, el Tokio Anime Fair y el Wonder Festival podéis visitar la web oficial del centro de convenciones Tokio Big Sight: <http://www.bigsight.jp/english/>



“La vida cotidiana de una familia viene determinada por el nivel de adicción al trabajo que tenga el padre.”

VIDA DE UNA FAMILIA

La familia típica japonesa vive en una gran ciudad, ya sea en la conurbación Tokio-Yokohama-Chiba o Kyoto-Osaka-Kobe (el 50% de la población japonesa vive en estos dos conglomerados urbanos), con todo lo que esto conlleva.

Aunque, en principio, pueda parecer difícil vivir en familia en ciudades tan grandes, el modelo urbano japonés permite que las cosas sean algo más fáciles. Normalmente la gente vive en casas unifamiliares (no en apartamentos) que se expanden en grandes zonas residenciales alrededor de estaciones de trenes. En estas zonas suele haber un hospital, un colegio, un instituto, y hasta una zona universitaria, facilitando la vida de la familia. Si habéis visto **Doraemon** o **Shin-chan** os podéis hacer una idea de cómo son las zonas residenciales japonesas. El que tendrá que hacer más esfuerzo es el padre, ya que la mayoría de empresas se localiza en el centro de la ciudad o en zonas industriales periféricas, así que normalmente el padre tendrá que viajar entre 40 y 80 minutos para ir al trabajo.

Lo más habitual es que viva la familia nuclear bajo el mismo techo, padre, madre y uno o dos hijos. Por la mañana, desayunan todos juntos a base de sopa de miso, arroz y algo de pescado. El padre y la madre van a trabajar, mientras que los niños van a la escuela. Los hijos se quedan a comer en el colegio en unos comedores especiales donde ellos mismos se encargan de hacer la limpieza y recoger las mesas. Por la tarde son muy comunes las actividades extraescolares y, sobre todo, las clases de repaso. La escuela es muy competitiva y los padres siempre quieren que su hijo sea el mejor. La madre, seguramente, vuelva pronto a casa y cene con los

hijos, luego entrarán juntos en el ofuro (ver capítulo 4) y a dormir. Normalmente el padre es el que trae la mayoría del dinero a casa y trabaja casi siempre hasta tarde, regresando al hogar cuando los hijos ya están durmiendo. El hecho de que el padre sea el que trabaja hasta más tarde está bien visto en Japón, y al terminar suele ir a cenar y beber con los compañeros de trabajo. En estas cenas en izakayas se intercambian opiniones con los compañeros, se discuten los problemas en la empresa, se conversa en clave de honne (ver capítulo 3) y también muchas veces se habla de los pesares de cada uno en su vida privada.

El hombre de la casa vuelve cerca de las 12 de la noche, coincidiendo con los últimos trenes. A la vuelta le espera la mujer, un buen ofuro y a dormir para empezar otra vez la siguiente jornada con energía. Digamos que la vida cotidiana de una familia viene determinada por el nivel de adicción al trabajo que tenga el padre, que en la gran mayoría de los casos suele ser mucho más alto de lo que os imagináis.

AGENDA FAMILIAR

- **Durante la semana:** El padre trabaja haciendo casi siempre horas extras por lo que llega muy tarde a casa sin apenas tiempo para ver a sus hijos, la madre lleva a los niños al colegio por la mañana y luego hace algún trabajo de *arubaito* (a tiempo parcial) para sacar algún dinero extra.
- **Fin de semana:** Viaje a la casa de los abuelos paternos o maternos. O un viaje familiar a algún onsen (balneario) famoso o punto turístico popular.

VIDA DE UN/A COLEGIAL/A/ COLEGIAL

Los adolescentes en Japón tienen bastante presión para preparar el examen de acceso a la universidad, una prueba que determinará en cierta medida el resto de sus vidas. Según la nota que obtengan en dicho test podrán acceder a una universidad mejor o peor, y para las empresas japonesas a la hora de contratar nuevos empleados lo más importante es el nombre de la universidad en la que estudiaron. Por ello los chavales están muy ocupados la mayor parte del tiempo con actividades extraescolares, incluso en vacaciones.

Los chicos, aparte de acudir a clases de repaso de matemáticas o ciencias, practican deportes tales como el béisbol o el tiro con arco, *kyudo* (ver capítulo 2). Las chicas se decantan más por actividades más tradicionales como la práctica de la ceremonia del té o el ikebana.

En todos los colegios están obligados a llevar uniforme. Su imposición ha llegado a tal punto que se ha convertido en una obsesión, de manera que diferentes colegios compiten por ver quien consigue el uniforme más elegante, las chicas simplemente visten el uniforme por gusto los domingos para pasearse por Harajuku o, incluso, se venden uniformes con tono erótico en las tiendas para adultos de Akihabara.

AGENDA DE UN/A COLEGIAL/A/ COLEGIALA:

- **Durante la semana:** Ir al colegio, estudiar por las tardes, quedar un rato con las amigas/amigos, ver la tele o leer manga.
- **Fin de semana:** Los sábados suelen dedicarse a actividades extraescolares y los domingos para descansar.

VIDA DE UNA CAREER WOMAN



<< Las career woman cada día tienen más presencia en Japón.

En general, la japonesa es una sociedad bastante machista: el hombre controla el país y las empresas. Por ejemplo, en mi empresa, de unos 1000 empleados, los 100 jefes de más alto rango son todos hombres. En cambio, a nivel familiar, la mujer es la que manda, son ellas las que controlan el dinero de la casa y le dan una paga mensual para gastos personales a su marido. Nunca ha habido un gran movimiento feminista en Japón, las mujeres son bastante conformistas. Lo que sí ha cambiando en las últimas décadas es que las mujeres han comenzado a trabajar y a desarrollar su carrera profesional.

Las mujeres que han logrado terminar una carrera universitaria, que han encontrado un buen trabajo y alcanzado cierto estatus social son conocidas en Japón como *career woman*. Hasta finales de los ochenta la mayoría de las mujeres pasaban de estudiar a cuidar de la casa. Esta tendencia comenzó a cambiar en los noventa y hoy en día el porcentaje de career woman es muy elevado, sobre todo en Tokio y Osaka.

La vida de estas mujeres suele estar centrada en el trabajo y en quedar con las amigas para tomar café o ir de compras a Ginza o Shibuya (ver capítulo 11) hasta que encuentran al hombre esperado y se casan. A partir de ese momento centrarán más su vida en la familia dejando las amigas y el trabajo en un plano secundario. Normalmente, los hombres de más de treinta años suelen cobrar suficiente dinero como para mantener a una familia de cuatro miembros. En cambio, los sueldos de las mujeres son mucho más reducidos, por eso la mayoría de las veces deciden que no compensa seguir trabajando y se dedican a cuidar de la casa y de los hijos.

AGENDA DE UNA CAREER WOMAN:

- **Durante la semana:** Trabajar y quedar con las amigas algún día entre semana para tomar café o cenar.
- **Durante el fin de semana:** Quedar con el novio, ir de compras con las amigas o salir de fiesta a un izakaya y luego a un karaoke con las amigas.

-79-

VIDA DE UN SALARYMAN



<< A un buen salaryman siempre le acompaña su traje y su inseparable maletín.

Salaryman lo podríamos traducir literalmente como “hombre asalariado”. Son los típicos empleados japoneses que trabajan para grandes corporaciones (Toyota, NTT, Dentsu, Nissan, Matsushita, Hitachi, etc). Al acabar la universidad lo normal es enrolarse en una empresa grande, pasar a ser un *shinnyushain* (ver capítulo 5), y después trabajar durante muchos años para la misma compañía. Muchas veces incluso hasta jubilarse, lo que se conoce como trabajo de por vida. En la estructura rígida de una empresa japonesa la única forma de escalar niveles consiste en estar durante muchos años en la misma empresa: si cambias de empresa tendrás que comenzar de nuevo desde abajo, por eso la gente no suele cambiar de trabajo.

Los salaryman se levantan sobre las ocho de la mañana, desayunan y se ponen el traje, cogen el maletín y se suben al tren durante aproximadamente una hora, llegan al trabajo, comen junto a los compañeros de trabajo y, por la noche, suelen trabajar horas de más volviendo a casa muy tarde. Muchas veces, también irán con los compañeros del trabajo a beber y a pasar el rato a un izakaya antes de regresar al hogar.

El prototipo de salaryman está muy estandarizado y hay incluso zonas de Tokio y Osaka donde se suelen acumular los salaryman después de la jornada de trabajo. En Tokio son famosas las zonas de Shinbashi (estación cercana a Shinagawa en la línea Yamanote), Marunouchi, Roppongi y Shinjuku (ver capítulo 11). En Osaka, si queréis ver el ambiente nocturno que crean los salaryman, pasaos por los barrios de Umeda o Namba alguna noche entre semana.

AGENDA DE UN SALARYMAN:

- **Durante la semana:** Trabajar, ir a izakayas a beber y cantar en karaokes.
- **Durante el fin de semana:** Si están casados, hacen vida familiar y, si no, fiesta a base de izakayas y karaokes.



<< Jubiladas disfrutando de un día en el parque.

-00-

VIDA DE UN JUBILADO

Los japoneses consideran el trabajo la esencia de sus vidas, quizás por ello tengan fama de ser tan trabajadores. Buscan siempre la perfección en lo que hacen y darlo todo por la empresa, no para subir escalones dentro de ella sino por propia satisfacción. Por ello, al llegar la jubilación, mucha gente se busca otro trabajo más sencillo para no sentirse inútil y que su vida siga teniendo significado. En cambio, la gente de altos cargos mantiene su puesto y siguen trabajando prácticamente hasta el fin de sus días. Cuando se llega a la edad de jubilación, muchos siguen trabajando pero de forma más relajada, simplemente acudiendo a algunas reuniones de empresa, haciendo vida social y cuidando de la familia. En otras sociedades se vería mal que alguien de 70 años siguiera yendo a trabajar a la empresa, pero en Japón sucede todo lo contrario, es como tener tesoros de conocimiento que, aunque no rindan como alguien de 25 años, pueden aconsejar basándose en la experiencia de sus vidas.

La proporción de jubilados en Japón es la mayor del mundo, y sigue creciendo cada año. Este es el problema más grande que tiene que afrontar el país durante el siglo XXI y siempre es tema de debate en política y en el día a día. Mantener el sistema de pensiones con una población que envejece a tal velocidad no es fácil.

Los jubilados japoneses son muy respetados. La edad en Japón es directamente proporcional al respeto, y los jóvenes deben dirigirse a ellos con un lenguaje muy formal. Cuanta más edad, más dinero y mejores posiciones se ocupan en la empresa. A partir de los 50 normalmente todo el mundo tiene un cargo de responsabilidad para el que no se requiere hacer un esfuerzo grande: las tareas duras se dejan para los jóvenes que se supone que se lo tienen que trabajar para llegar a ser respetados en el futuro.

AGENDA DE UN JUBILADO:

- **Durante la semana:** Por la tarde se pasan por el negocio familiar o la empresa de toda la vida, acuden a alguna reunión y luego a cenar con compañeros de la empresa. En el caso de jubiladas, disfrutan de la vida casera, pasean por el barrio, etc.
- **Durante el fin de semana:** Vida familiar.

“La edad en Japón es directamente proporcional al respeto, y los jóvenes deben dirigirse a ellos con un lenguaje muy formal.”

GALS

ES UNA DE LAS TRIBUS URBANAS MÁS INFLUYENTES EN LA JUVENTUD JAPONESA DE LA ÚLTIMA DÉCADA QUE SE DISTINGUE POR TENER UNA ACTITUD QUE ROMPE CON EL SISTEMA, CON EL CONSERVADURISMO JAPONÉS, SIN IMPORTARLES LOS ESTUDIOS, EL FUTURO O EL MATRIMONIO.

SUBCULTURA Y TRIBUS URBANAS

GALS

Se denomina *gals* a las pertenecientes a una de las tribus urbanas más influyentes en la juventud japonesa de la última década. Se distinguen por tener una actitud que rompe con el sistema, con el conservadurismo japonés, sin importarles los estudios, el futuro o el matrimonio. Es una tribu bastante mal vista entre los adultos, pero la verdad es que es una moda que triunfa, y el fenómeno es tan grande que se pueden diferenciar varios grupos o tendencias dentro de las *gals*.

Las *gals* tienen todo un mundo en el que moverse: sus propias tiendas especializadas en la ropa que les gusta, discotecas con música J-Pop-Techno-Trance, sus clubs privados en los que organizan viajes solo de *gals*, e incluso tienen su propio "código gal", una forma de escribir mensajes en japonés con el móvil de forma que sea muy difícil de descifrar por alguien de fuera del grupo.

La moda japonesa gal se extendió por todo Japón durante los noventa y principios del siglo XXI. Una de las chispas más importantes que dio comienzo de la moda gal fue la influencia de cantantes como Namie Amuro (ver capítulo 9), que en los 90 comenzó a vestir con botas de tacones altos, lucir tez morena y pelo teñido de rubio. El centro neurálgico de esta moda se centra en el barrio de Shibuya y ha llegado a tener tal influencia en todo el país que incluso hay varias revistas de moda especializadas en moda gal.

KOGAL

Sería el tipo básico de gal. El look básico de una *kogal* consiste en tintarse el pelo dorado, ir muy bronceadas y pintarse los ojos de blanco. También suelen usar pestañas postizas, botas altas, minifaldas, etc. Los grupos de *kogal* suelen quedar en Shibuya para charlar, tomar café y hablar de sus últimos arreglos en el pelo, ir a centros de *purikura* (máquinas de fotomatón que generan pegatinas para el móvil), ir a conciertos minoritarios, etc. Son muy consumistas y uno de los indicadores de estatus más importantes en los grupos de amigas es el tipo de bolso que llevan.

GANGURO

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

Hoy en día ya no se ven tantas *ganguro* como a principios de siglo, pero han dejado como legado un estilo de baile llamado *Para Para* que ha adquirido mucha popularidad entre los jóvenes de Tokio y Osaka. Si queréis ver el baile *Para Para*, os recomiendo la discoteca Womb en Shibuya o la sala Ageha, las dos discotecas más grandes de Tokio.

MAMBA O YAMAMBA

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

GALS-HOMBRES

También hay hombres que se tinteran el pelo como las *gals*, se broncean la piel yendo a salones de belleza y visten con camisas apretadas, cadenas en el cuello, vaqueros y zapatos de pico. Se ven mucho en Shibuya, normalmente junto a grupos de *ganguro* o *kogals*.

ENJO KOSAI

Enjo kosai es un eufemismo que se utiliza en entornos gal que podría traducirse como "citas con consentimiento", pero en realidad se trata de prostitución de jóvenes. El fenómeno dicen que apareció a principio de los 90, cuando la economía japonesa entró en crisis y las jóvenes no podían seguir comprándose tantos caprichos con el dinero de sus padres. Las *gals* pueden ejercer la prostitución vía *enjo kosai* simplemente registrándose en ciertas webs vía teléfono móvil, estos servicios las ponen en contacto con los posibles clientes.



<< Varios tipos de *gals* japonesas.

FENÓMENOS DENTRO DE LA CULTURA OTAKU

La subcultura otaku ha generado una serie de fenómenos que se han extendido más allá de los propios otakus. Vamos a ver un par de esos fenómenos, el primero es el de la introducción de una palabra que en principio solo era usada por un círculo minoritario. El segundo es la creación de todo un movimiento, una nueva moda y un negocio nuevo basado en las *meido kissas*.

MOE

Moe es la palabra otaku por excelencia. Su significado exacto es difícil de explicar, se trata de una especie de exclamación para declarar la pasión/amor por un personaje de anime o manga considerados como adorables/bonitos. Por ejemplo, se podría usar cuando ves un dibujo de una chica con los pechos grandes y una mirada persuasiva diciendo: "¡Que chica más *moe*!". Otra forma de usar sería como sinónimo de otaku o "friki", si decimos por ejemplo: "Eres vide-consolero-*moe*" significaría que eres un friki de los videojuegos. Y la tercera forma de usarlo sería como sinónimo de "fetiche", por ejemplo: "Eres un ojos-grandes-*moe*" significaría que te atraen las chicas de anime con los ojos grandes.

No se conoce con certeza el origen de la palabra, pero una de las teorías más aceptadas es que surgió a partir de series de anime como **Sailor Moon** o la película **Lupin III: El castillo de Cagliostro** de Hayao Miyazaki, porque las chicas que aparecía eran adorables.

En 2005 apareció un manga, un dorama, y una película, cuyo título era **Densha Otoko**. La historia trataba sobre un otaku que se enamoraba de una chica de familia adinerada. En la serie, el protagonista chateaba con sus colegas otakus y una de las palabras que más usan es "*moe*". Gracias a la serie **Densha Otoko** la palabra pasó a ser popular. Actualmente, en la conversación diaria se suele usar como sinónimo de guapa o sexy.

MODA MEIDO

La palabra japonesa *meido* viene del inglés *maid* (doncella). En el manga suelen aparecer muchos personajes femeninos vestidos de doncella, que fascinan a los japoneses. Los mangakas cada vez dibujan los uniformes más ajustados y la moda de las *meido* se está convirtiendo en uno de los fetiches preferido de muchos otakus.

Uno de los fenómenos más interesantes que ha surgido a partir de este fetiche es el de las *meido kissas*, cafeterías donde te sirven el café jovencitas vestidas con el atuendo de criada y que desde hace un par de años están proliferando en el barrio de Akihabara. Además, te tratan como si fueras el jefe supremo de un clan samurái utilizando un japonés muy formal, es decir, como si fueran auténticas criadas. El negocio de las *meido kissas* se ha extendido por todo Japón e incluso ya ha comenzado a exportar al extranjero, sobre todo a grandes ciudades asiáticas como Seul, Taipei o Hong Kong.

Al entrar en una *meido kissa* te reciben varias chicas con una reverencia y una fórmula de cortesía del tipo: "Bienvenido a tu hogar, honorable hombre de la casa". Es decir, intentan ensalzar tu grandeza tratándote como si fueras un hombre rico que tiene muchas criadas en una gran mansión. Normalmente, en cualquier restaurante o cafetería japonesa te tratan muy bien, pero lo de las *meido kissas* es extremo, es como si el cliente fuera un auténtico rey.

Akihabara es el origen de esta moda-negocio, y allí es donde están surgiendo nuevos modelos de negocios basados en la misma idea. Por ejemplo, ya no solo hay *meido kissas* donde chicas sirven a chicos, sino que han empezado los establecimientos para mujeres, donde chicos elegantes te sirven el café llamándote "reina" y cosas por el estilo. También hay peluquerías donde te cortan el pelo chicas vestidas de criada, y la última moda consiste en montar salones de masajes y aromaterapia donde las que te masajean son nuevamente chicas vestidas de criada.

Si queréis ir a una cafetería *meido* cuando viajéis a Japón, hoy en día no es nada complicado porque al estar de moda las hay por todas partes: simplemente estando atentos al pasearse por cualquier gran ciudad encontraréis alguna. Eso sí, como norma general, no se pueden sacar fotos dentro de ellas.

La subcultura en torno al fenómeno *meido* está tomando muchas formas y generando nuevas modas, no sólo en Japón sino por todo el mundo, principalmente en comunidades otakus.



<< La subcultura otaku influye a la cultura popular nipona.

MOE

MOE ES LA PALABRA OTAKU POR EXCELENCIA: SU SIGNIFICADO EXACTO ES DIFÍCIL DE EXPLICAR, SE TRATA DE UNA ESPECIE DE EXCLAMACIÓN PARA DECLARAR LA PASIÓN POR UN PERSONAJE DE ANIME O MANGA CONSIDERADO COMO ADORABLE.

“Uno de los fenómenos más interesantes que ha surgido a partir de este fetiche es el de las *meido kissas*, cafeterías donde te sirven el café jovencitas vestidas con el atuendo de doncella y que desde hace un par de años están proliferando en el barrio de Akihabara.”

HIKIKOMORI

Hikikomori es un término que se utiliza para referirse al aislamiento social en el que se ven sumidos muchos jóvenes nipones. Los que sufren este síndrome se recluyen en casa y pasan el tiempo durmiendo, viendo la tele, jugando con videojuegos y en Internet. Suelen ser adolescentes que se asustan al ver la gran competitividad a la que se van a enfrentar en la sociedad al terminar de estudiar y “deciden” recluirse y aislarse de la sociedad, así que dejan de ir al instituto y hacen vida casera durante meses e incluso años. Tener un hikikomori en la familia está mal visto, crea un aura de maldición que empuja a los padres a intentar ocultar el problema.

Se trata de un fenómeno que comenzó en Japón pero parece ser que se está extendiendo a Corea, donde también existe una gran competitividad para poder entrar en las mejores universidades y luego conseguir un buen trabajo que te solucione la vida. Según los estudios de muchos psicólogos, una de las causas principales es la presión que ejerce una sociedad gobernada por un capitalismo exacerbado y un sistema educativo extremadamente meritocrático.

El problema de los *hikikomoris* es real, pero está muy exagerado por los medios. El psicólogo Tamaki Saito dijo en una ocasión que había más de un millón de casos, algo que causó alarma social y dio repercusión problema, pero luego reconoció que había exagerado la cifra para llamar la atención y que, en realidad, apenas hay unos miles de casos.

VISUAL KEI

VISUAL KEI

ES EL NOMBRE DE UN MOVIMIENTO DE ROCK JAPONÉS QUE SE POPULARIZÓ DURANTE LOS AÑOS 90 QUE SE CARACTERIZA POR EL ASPECTO VISUAL DE LOS GRUPOS.

Visual kei es el nombre de un movimiento de rock japonés (ver capítulo 9) que se popularizó durante los 90. Algunos consideran que los fundadores del movimiento fueron el grupo X Japan, pero quizás tan solo fueron los catalizadores.

Los grupos de *visual kei* se caracterizan por usar trajes exagerados y artefactos en el escenario para ayudar a aumentar el impacto en los espectadores de sus conciertos. Durante un tiempo, los fans fueron copiando a sus ídolos en las vestimentas y, al mismo tiempo, los cantantes fueron evolucionando según las tendencias. Últimamente, la forma de vestir *visual kei* se acerca mucho a las vestimentas de los personajes de videojuegos de rol japoneses, fusionándose en ocasiones con el mundo del *cosplay*.

En la actualidad, el fenómeno del *visual kei* sigue creciendo, con centenares de grupos de música y decenas de miles de fans que imitan su forma de vestir, no solo en Japón sino en todo el mundo.

Si queréis ver jóvenes de esta tribu urbana, en Tokio se suelen reunir a charlar en el puente que pasa sobre las vías del tren en la estación de Harajuku los domingos poco después de la hora de comer.

Una seguidora del *visual kei* que, como sus ídolos, cuida mucho su imagen. >>



LOLITA

El término *Lolita* en Japón hace referencia a una moda, un estilo, una subcultura influenciada por los vestidos de niños de la época rococó europea, mezclado con ciertos toques de la subcultura punk y gótica occidentales. La moda lolita comenzó en los 70, cuando algunos grupos de música comenzaron a vestir con faldas rimbombantes y llevar peinados franceses del siglo XVIII. Las seguidoras de la moda suelen comprar ropa en tiendas especializadas en trajes de estilo victoriano en Tokio y en Osaka; para comprar accesorios suelen acudir a tiendas de Sanrio (la empresa de Hello Kitty). Aunque, al igual que en el caso de las gals, esta tribu urbana está dividida en varias tendencias.

GOTHIC LOLITA

Es el estilo más conocido dentro de la subcultura lolita, y algunos consideran que surgió como reacción a la estética kogal. La ropa de las gothic lolita juega con los colores blanco y negro, el maquillaje también es oscuro alejándose del colorido de las gals. También suelen llevar accesorios como cruces, bolsos de charol, parasoles y peluches colgando de la cintura o del bolso: el aspecto general es bastante siniestro aunque con un toque de inocencia. Suelen escuchar música visual kei y acostumbran a mezclarse con grupos de fans de este movimiento. Han logrado el suficiente poder de influencia como para que el estilo haya afectado al mundo del manga y el anime con personajes considerados gothic lolita e incluso también al cine: la protagonista de *Shimotsuna Monogatari* (*Kamikaze Girls*) es un claro ejemplo.

SWEET LOLITA O AMALOLI

Se visten también siguiendo un estilo parecido a las gothic lolita pero buscando un look más infantil, muchas veces inspirándose en la forma de vestir de personajes de anime y manga shojo. Se visten con colores claros, normalmente usando mucho tonos rosados, maquillajes más suaves e intentan tener un aspecto lo más dulce posible.

OTRAS TENDENCIAS MINORITARIAS

Classic lolitas

Siguen un estilo más "maduro" que las gothic y las sweet, intentando parecer más adultas de lo que son.

Wa lolita

Mezclan ropa tradicional japonesa (por ejemplo un yukata o un kimono) con elementos lolita.

Qi lolita

Estilo parecido a las wa lolitas pero en vez de usar ropa tradicional japonesa usan ropa tradicional china.

Erotic lolita

Buscan un toque sexy usando faldas más cortas de lo normal y botas extremadamente altas.

"La ropa de las *gothic lolita* juega con los colores blanco y negro, el maquillaje también es oscuro alejándose del colorido de las *gals*."

LOLITA

ES UNA MODA QUE HA EVOLUCIONADO A SUBCULTURA INFLUENCIADA POR LOS VESTIDOS DE NIÑOS DE LA ÉPOCA ROCOCÓ EUROPEA MEZCLADO CON CIERTOS TOQUES DE LA SUBCULTURA PUNK Y GÓTICA OCCIDENTALES.



<< Japonesas con estética lolita.

COSPLAY

La palabra *cosplay* procede del japonés *kosupure*, que se originó a partir de las palabras inglesas *costume* y *roleplay*.

La subcultura *cosplay* la sigue gente aficionada a disfrazarse de personajes de manga, anime, videojuegos, de cantantes famosos, superhéroes o monstruos de película. Suelen formar comunidades y se reúnen para comentar como han mejorado su último traje, qué accesorios y mejoras son necesarias para el grupo y comentar donde pueden comprar complementos para los trajes. Es todo un mundo, una afición con sus propias costumbres. Por ejemplo, suelen organizar sesiones de fotos durante las cuales los *cosplayers* (aquellos que practican *cosplay*) se colocan junto a una pared y los *camekos* (los cámaras aficionados que quieren sacar fotos) forman filas. Los *camekos* esperan su turno y cuando les toca tienen unos minutos para sacar fotos del/a *cosplayer* haciendo diversas poses que previamente ha ensayado para la ocasión. Muchas veces los *camekos* imprimen algunas de sus mejores fotos y se las regalan a los *cosplayers*.

También se suelen organizar competiciones en convenciones o en clubs de *cosplay* en Akihabara. En los clubs se crea un ranking de *cosplayers*: los mejores de cada club compiten y luego se hacen rankings a nivel nacional que se publican en revistas especializadas.

Los *cosplayers* se reúnen en eventos como el Tokio Game Show, el Comiket (la mayor feria de manga del mundo) y de forma rutinaria junto a la estación de Harajuku en Tokio los sábados y domingos al mediodía.

El *cosplay* es una afición que existe en Japón desde los años 80. Poco a poco se fue extendiendo por Asia y, ahora mismo, ya se ha convertido en una afición internacional, y es raro el evento o feria de manga/anime en el que no haya algún concurso de *cosplay*.

COSPLAY

LA PALABRA SE ORIGINÓ A PARTIR DE LA CONTRACCIÓN DE *COSTUME* Y *ROLEPLAY*, Y HACE REFERENCIA A LA AFICIÓN POR DISFRAZARSE E INTERPRETAR PERSONAJES DE MANGA, ANIME, VIDEOJUEGOS, CANTANTES FAMOSOS, SUPERHÉROES O MONSTRUOS DE PELÍCULA

“En los clubs de *cosplay* japoneses se crea un ranking de *cosplayers*: los mejores de cada club compiten y luego se hacen rankings a nivel nacional que se publican en revistas especializadas.”



<< *Cosplayers en plena acción.*



un geek en
JAPÓN
Capítulo 7

liberado en la red por

NORMA Editorial
www.NormaEditorial.com

Kirainet
www.kirainet.com

Más información sobre el libro en
www.kirainet.com/libro

Compra el libro en
www.normacomics.com

