







PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

**DISEÑO | UC**  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño

Eun Soo Bang

***ULTI CULTZINE: SUGOI***  
*Fanzine Cultural*

**ULTI**  
**CULT×ZINE**

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de  
la Pontificia Universidad Católica de Chile

Profesor Guía: Ximena Ulibarri

Julio 2019  
Santiago, Chile

Gracias a Rocío, Rayo, Felipe y a todos los artistas que compartieron sus experiencias y habilidades conmigo para poder desarrollar este proyecto.

Gracias a Camila, Isidora y Juan Pablo por ser LITERALMENTE el apoyo que necesitaba para terminar mi carrera.

Gracias a Ximena por guiarme, aconsejarme y confiar en mi proyecto.

Gracias a mis amigos Nara, Uri, Isa y Junsu quienes me han permitido vivir a través de ellos, historias de inmigración que son distintas a la mía, permitiéndome conocer nuevas dificultades como pasiones.

Gracias a mis padres por el esfuerzo y el sacrificio que han hecho para que mi historia pueda ser la que es hoy.

Gracias a mis hermanos, Seung y Roberto, quienes son mi principal razón por intentar buscar en estas historias algún significado, espero poder marcar en ellos también esta búsqueda.

# INDICE

<b>1</b>	<b>Introducción</b>	07	<b>4</b>	<b>Formulación del proyecto</b>	39
1.1	Motivación personal	08	4.1	Oportunidad de diseño	40
1.2	Introducción	09	4.2	Formulación	41
<b>2</b>	<b>Marco teórico</b>	11	4.3	Objetivos	41
2.1	Identidades posmodernas	12	4.4	Contexto	42
2.2	Identidades en la cultura mediática	13	4.5	Usuarios	43
2.3	Identidad como fenómeno social	14	4.6	Antecedentes	44
2.4	Cultura otaku y posmodernidad	15	4.7	Referentes	46
2.5	Origen de los otakus: historias de desobediencia y placer	16	<b>5</b>	<b>Proceso de diseño</b>	49
2.6	Inicios de la cultura otaku en Chile	18	5.1	Plan de trabajo	50
2.7	Referente de la infancia: estilos transmitidos de Japón	21	5.2	Enfoque narrativo	51
	Visual Kei		5.3	Estructura	52
	Lolita		5.4	Contenidos	54
	Street fashion japonés & Harajuku			Capítulo I: Desobediencia & Placer	
2.8	Influencers y artistas digitales	24		Capítulo II: Materialización estética	
2.9	Moho: aprender a través de la imitación	25		Capítulo III: Participación experimental	
2.10	Registro eterno	26	5.5	Construcción gráfica	60
<b>3</b>	<b>Levantamiento de información</b>	29		Tipografía	
3.1	Metodología de investigación	30		Paleta de colores	
3.2	Resultados	34		Aplicaciones	
			5.6	Logotipo	66
			5.7	Resultado final	68
			<b>6</b>	<b>Conclusiones</b>	79
			6.1	Estrategia de difusión e implementación	80
			6.2	Proyecciones & Financiamiento	81
			6.3	Conclusión	83



# **INTRODUCCIÓN**

## **1.1 MOTIVACIÓN PERSONAL**

Crecer como hija de inmigrantes provenientes de un origen asiático en Latinoamérica me obligó a confrontar situaciones fuera de los delimitados como normales. Pude observar, de primera mano, el sincretismo entre costumbres y prácticas culturales de orígenes completamente distintos, experimentando directamente increíbles espacios de apreciación entre ambos lados. Así mismo, experimenté la brutalidad del prejuicio y el racismo. Conocí la existencia de los complejos de identidad, el “delito de la cara”, que se genera al ser rechazado por el entorno en el que se reside por la apariencia física, y cómo esto afecta y limita la exploración personal. Bajo esta realidad siempre me vi atraída a las historias de las personas, las luchas contra el sistema y la búsqueda de ser quien quieres a pesar del miedo. Reconociendo incluso que este desafío no solo nos correspondía a aquellos que llegamos como foráneos al contexto local, sino que también son recreados incluso por residentes que se identifican con realidades extranjeras. Frente a ello, como futura diseñadora veo gran potencial en trabajar esta temática desde una disciplina que tiene las herramientas para unir el mundo del lenguaje visual y las narrativas.

## 1.2 INTRODUCCIÓN

La comprensión de la realidad históricamente estuvo condicionada por la territorialidad. El conjunto de prácticas, costumbres, ideas y símbolos particulares de una agrupación delimitaron territorios para las diferentes normas de interacción entre miembros y de estos con su entorno. Todos estos comportamientos y significados fueron transmitidos por generaciones creando el concepto de cultura, del cual los individuos sentirían pertenencia e integrarían como parte de sus identidades. Este proceso se ve completamente desafiado con la aparición de las telecomunicaciones. Donde principalmente el nacimiento del internet permitió la conexión del planeta, exponiendo a las personas a contenidos y materiales foráneos con gran facilidad e inmediatez.

Ante este nuevo mundo de posibilidades, las nuevas generaciones están rompiendo con el tradicional ciclo de transmisión cultural de sus padres y se inclinan a la posibilidad de crear sus propias realidades, experimentando con nuevas formas de expresión y alternativas para definir su identidad, es por ello que el enfoque del desarrollo personal se ha centrado en la estética. A pesar de este nuevo planteamiento, existe todavía la resistencia a mantener los cánones de belleza y lo apropiado tradicionales, por lo que la integración de todo lo que no encaja dentro de lo normalizado es socialmente juzgado, rechazado e incluso ridiculizado. El miedo que genera la exclusión limita y condiciona a los jóvenes en momentos críticos para su desarrollo. Adolescentes y jóvenes adultos a pesar de tener grandes inquietudes sobre sus identidades temen explorar los estilos de referentes extranjeros de forma peculiar por no tener a un grupo al que pertenecer.

El proyecto nace de la necesidad de crear espacios seguros en que las nuevas generaciones puedan explorar estas inquietudes libres de prejuicios y los estigmas sociales. Se busca generar conversación sobre la belleza de mezclar realidades y poner en valor las nuevas interpretaciones que esto puede crear, normalizando y humanizando a los artistas que se atreven a plasmar a través de diferentes actividades esta nueva tendencia. Al igual que funciona como inspiración para que aquellos que no se han atrevido tomen acción. Para abordar esta temática se trabajó desde las experiencias y relatos de seguidores de la cultura Japonesa, la cual ha logrado un alto impacto estético a nivel nacional desde la música, moda y artes visuales. En ella se puede identificar claramente el aumento de la aceptación que es posible lograr mediante la lucha de diversas personas que se atrevieron a ser ellos mismos, por lo que se estudiará su caso para formular un modelo que será posible de extrapolar a otras situaciones. Finalmente se presentará al diseño como una herramienta de comunicación capaz de crear cambios socioculturales.



# MARCO TEÓRICO

## 2.1 IDENTIDADES POSMODERNAS

Uno de los grandes desafíos que enfrentan los individuos a lo largo de sus vidas es definir su identidad. En el escenario del pensamiento occidental hegemónico, la realidad fue definida en base a conceptos dicotómicos excluyentes: "cuerpo/alma, sagrado/profano, objetividad/subjetividad, emoción/razón, hombre/mujer, nosotros/ellos" (Alsina & Medina Bravo, 2006), volviendo sistemático y sencillo el diferenciar entre "uno" y los "otros". De la misma forma, los roles y las expectativas para cada individuo estaban prefijas lo cual, a pesar de ser limitantes, entregaban gran seguridad respecto al futuro. Donde he nacido, donde vivo y donde siento funcionan como anclajes, entregando puntos de referencia para la construcción identitaria.

Por otro lado, en las realidades posmodernas se transó esta seguridad por libertad. Como establece Bauman frente a los efectos de la globalización, "se han dado plena libertad a las identidades y ahora son los hombres y mujeres concretos quienes tienen que cazarlas al vuelo, usando sus propios medios e inteligencia" (Alsina & Medina Bravo, 2006). Ahora se debe entender que cada individuo formula su propia interpretación sobre quién es y cuál es su función, mientras que es influenciado por sus huellas culturales, dialectos, costumbres, mitos, historias familiares, recuerdos históricos e incluso preferencias culinarias.

*"La identidad representa un acto creativo y no una realidad objetiva que se debe aprehender. A diferencia de los tiempos pasados, el individuo de la sociedad posmoderna no posee, de forma insoslayable, una etiqueta identitaria concedida al nacer en función a su rango social, género o clan familiar. A lo largo de su vida, y con mayor o menor nivel de libertad, será el artista-artífice de sí mismo, recogiendo, adaptando, conociendo e incorporando modelos, facetas, posibilidades que la sociedad en la que vive le ofrece. Es un acto creativo a partir de las posibilidades culturales que uno tiene a su alcance en la sociedad en la que vive" (Alsina & Medina Bravo, 2006).*

Se podría entender entonces que mientras más posibilidades y herramientas se posean, más rica y compleja esta será. Es aquí en donde la tecnología cumple un rol fundamental donde ahora con gran facilidad e inmediatez, las personas tienen la posibilidad de tener a su alcance referencias interculturales. El contacto con nuevas formas de sentir, pensar y actuar, generan mestizajes donde es posible apropiarse de los recursos de aquellos anteriormente delimitados como "otros", dando origen a subculturas que reinterpretan y entrega nuevos significados a los símbolos y normas del pasado.

## 2.2 IDENTIDADES EN LA CULTURA MEDIÁTICA

La tradicional metodología de transmisión de procesos simbólicos es mediante el ciclo de copia, reflejo y representación. En la actualidad, esta es complementada con la posibilidad de crear nuevas realidades marcando en la posmodernidad la tendencia hacia la estética. "La cultura mediática ya no solo produce y transmite, sino que diseña, construye, modela y organiza el sentido de los entornos y ambientes culturales, globales y personales, de las relaciones sociales, de los mundos simbólicos que configuran identidades y subjetividades" (Vargas, 2005). Las vidas de los individuos dejan de ser estructuradas por su relación con el pasado y se enfocan en la anticipación del futuro, la instantaneidad, conectividad y dinamismo que entrega las nuevas tecnologías.

Este nuevo enfoque exige la posibilidad de reinterpretación continua de uno mismo y de su entorno, mediante identidades fluidas y móviles, menos seguras a diferencia de las pertenecientes a la primera modernidad. Esta inconsistencia con el pasado causa la pérdida de referentes sociales como miembros de una comunidad centralizada, por lo que es necesario llevar a cabo intensas transacciones para mantener una identidad estable. En otras palabras, las nuevas generaciones están más dispuestas a modificar sus hábitos, tradiciones y costumbres para definir individualidad. De esta forma, la seguridad futura se asienta cuando logramos convivir con la ambigüedad interna. Es por ello que los jóvenes en la actualidad, enfrentan la necesidad de conseguir el máximo de competencias para vivir en pluriculturalidad, volviendo a la vez más complejo lograr sentirse competentes.

Las nuevas narrativas y estéticas adoptadas son consumidas mediante diversos artefactos tecnológicos que promueven habilidades comunicativas y cognitivas. El internet ha permitido el desarrollo de un tipo de relación social centrado en el individuo, pero este individualismo no se mueve en la red de forma aislada, sino que como un modelo social. Las personas construyen sus redes sobre la base de sus intereses, valores y proyectos. Van creando representaciones externas que les permiten ir probando posibles identidades mientras se forja la real. Con el tiempo esta se va modificando y las redes sociales se adaptan y permiten dar continuidad. Al no poseer límites espaciales ni temporales, las redes sociales funcionan como un soporte de consistencia y continuidad para la exploración del sí mismo.

A pesar del dinamismo de la cultura mediática, es crucial entender que las redes no son por sí solas capaces de sustituir la realidad física o social. Esto es así porque el acceso a contenidos culturales y científicos depende ampliamente de las preferencias e intereses previos de las personas. Por lo que toda actividad identitaria explorada y desarrollada en los nuevos medios, requiere de una materialización física simbólica o material para integrarse de forma absoluta al sí mismo.

## 2.3 IDENTIDAD COMO FENÓMENO SOCIAL

La constante pugna entre el quién soy, quién quiero ser y quién debería ser, afecta desde decisiones ordinarias para el presente como decisiones significativas que afectarán el futuro lo cual involucra no sólo repercusiones individuales, sino que también para quienes nos rodean. Es por ello que la búsqueda de la identidad corresponde a una tarea tanto personal como social. *“Un ambiente familiar, social y cultural favorable a la alteración favorecerá el cambio identitario. Pero una presión del entorno próximo en contra de este cambio puede implicar un obstáculo importante. Es decir, la identidad como respuesta a uno mismo y a su situación en el mundo que lo rodea no debe quedar reducida a la esfera de la propia intimidad. Acaba siendo algo que se le ofrece al otro y que es negociado y renegociado en relación con ese otro”* (Alsina & Medina Bravo, 2006).

En el proceso de establecer y mantener una identidad, la validación de otros corresponde a una aspecto fundamental. A pesar de que el individuo escoja voluntariamente salir de la norma y busque mantenerse fuera de los roles sociales normalizados, busca aceptación dentro del nicho al que pertenece, por lo que nunca deja de tener un factor social. Lograr sentir el reconocimiento por otros satisface la necesidad básica de pertenencia psicológica alejando el miedo de la soledad y el vacío existencial.

A pesar de los rápidos cambios socioculturales que están ocurriendo, enfrentar exploraciones identitarias inusuales *“despierta sorpresa, pena o rechazo directo; para muchos autóctonos, aun les resulta difícil transformar el miedo ante la diferencia ajena en un sentimiento de indiferencia o, al menos, tranquilidad ante el peso y empuje constante de la diversidad”* (Alsina & Medina Bravo, 2006). Esto se debe a que las conversaciones sobre la diversidad e identidades singulares o controversiales existentes, son consideradas del espectáculo o simplemente alejadas de la cotidianidad. La no identidad es vista como una anomalía psicológica o social y frente a la falta de referente grupal es marginalizada.

## 2.4 CULTURA OTAKU Y POSMODERNIDAD

Dentro de los diversos fenómenos sociales que emergen de Japón, la de los denominados otakus corresponde a una que desde los 80 ha marcado tal nivel de crecimiento que actualmente corresponde a un mercado global colosal. Siendo reconocidos como fanáticos de la videoanimación japonesa, esta constituye a agrupaciones de individuos que se relacionan en torno al conocimiento y consumo de productos relacionados al comic japonés conocido como manga, la animación japonesa conocida como anime y sus derivados. Esta cultura nace de los adolescentes japoneses que son considerados desadaptados sociales, identidades que rechazan y evaden el mundo de control tradicional del cual la moral y la ética nacional están basadas.

Varios autores reconocen una estrecha relación entre la cultura otaku y la posmodernidad, donde incluso algunos la denominan la primera cultura posmoderna: *"Pérdida de referencias, fin de los grandes relatos, difuminación de la frontera entre autor y consumidor, entre el original y su copia"*. (Menkes, 2012).

El filósofo francés Baudrillard predijo que en las sociedades posmodernas la diferenciación entre original y la copia se esfumarían y que dominaría otra forma de obra o producto que no sería ni el original ni su copia. El

mercado del fenómeno otaku tiene la distinción de que los consumidores consideran por igual las obras originales y su derivados, ya que ahora no es la historia que le da vida a los personajes, son los personajes quienes le dan vida a la historia mediante juegos, figuras, objetos, etc. Esto quiere decir que estas agrupaciones crean espacios en los que es posible construir identidades que escapan toda norma social previa, e incluso exacta copia de referentes es legítima y considerada individual.



## 2.5 ORIGEN DE LOS OTAKUS: HISTORIAS DE DESOBEDIENCIA & PLACER

Dentro de los distintos aspectos que caracterizan la sociedad japonesa, el predominio del grupo sobre el individuo infringe dinámicas específicas en las vidas de sus miembros. Una cultura marcada por la tradición y la lealtad filial causa que desde sus nacimientos las personas tengan expectativas y requerimientos sociales implícitos.

El entorno familiar nipón, desde los 90 corresponde a hogares con hijos únicos, madres tutoras encargadas y padres ausentes como meras figuras que trabajan para proveer las necesidades del hogar. Desde la niñez comienza el control mediante el sistema educativo, del cual dependerá fuertemente la validación y aceptación de su participación en la sociedad. El individuo construye su identidad buscando la aprobación de la madre y la del grupo. Entonces, la excelencia académica permitirá la valoración del sí mismo, volviéndolo una actividad competitiva que puede llegar a ser hostil. Socialmente se normaliza el castigar a los que no mantienen el estatuto, el ijime (acoso, maltrato) es incluso considerado por muchos profesores como un rito de iniciación adolescente (Menkes, 2012).



Fotografías de Androniki Christodoulou, libro 'Otaku Spaces'

Frente a esta realidad, los jóvenes que no poseen facilidades para el aprendizaje o posean rendimiento bajo, se vuelven víctimas de constante hostigamiento de su entorno. Debido a la firmeza de las autoridades japonesas, se ha logrado impedir el desarrollo de la cultura de las drogas, por lo que los jóvenes ven en la televisión la posibilidad de soñar. Esto ocurre en particular con la identidad sexual, donde los jóvenes ya no aceptan los roles de género de su cultura tradicional y ven en el mundo de la videoanimación un espacio de libertad donde se autoriza la desobediencia, las debilidades y los placeres.

La insubordinación que involucra el ser otaku está fuertemente ligado a la búsqueda de satisfacción emocional que socialmente no se ha logrado recibir. Se centran en devorar la información y de consumir objetos que prueban y entregan distinción dentro de su grupo particular ya que "gran parte de sus relaciones se basan en el intercambio de información sobre productos, ídolo, etcétera, y mantienen contacto con los otros por medio de los chats en internet, los blogs y las exposiciones-venta de productos" (Menkes, 2012).

Se entiende, entonces, que el impacto que esta subcultura ha logrado a nivel mundial se debe a la posibilidad de escape que proporciona a las personas frente a la realidad individualista y competitiva en la que se encuentran sujetos. Satisface placeres emocionales y entrega seguridad al pertenecer a un grupo que los separa del mundo de adultos del cual ya no se sienten identificados. Todos los productos culturales producidos en este entorno parecieran ser desde instrumentos de socialización entre los miembros a herramientas de crítica social. Es importante tener en cuenta que la tendencia a valorar lo imaginario sobre la realidad, no se debe a la incapacidad de distinguir ficción y realidad, sino una elección consciente para afirmar su identidad.

## 06 INICIOS DE LA CULTURA OTAKU EN CHILE

Movimientos de jóvenes que empezaron a autodenominar otakus, comienzan a aparecer en el escenario nacional a partir de la década de los 90 tras la proliferación del anime en el cable desde los 70 y luego consolidándose con el acceso a internet.

La percepción social frente al surgimiento de esta cultura en Chile ha pasado por cambios drásticos. En un comienzo, existía alto niveles de prejuicio en especial debido a limitado conocimiento sobre la cultura asiática y sus tendencias emergentes. Una investigación, realizada por estudiantes de la Universidad de Chile, explora las opiniones sobre miembros de esta comunidad en el escenario nacional durante el 2009 en donde al preguntársele a uno de los sujetos si se considera un otaku respondió: *“Si, pero otaku como se conoce en occidente, porque también me han dicho que otaku es nerd, enfermo de la cabeza, y los huevones no entienden que en occidente la palabra otaku se identifica a los aficionados a la animación japonesa, y yo me considero uno”* . (PERILLAN, 2009) Existe una redefinición del concepto otaku por parte de los chilenos, en donde utilizan el término para expresar el fanatismo por los productos de la cultura popular y se deja de lado los temas políticos asociados, pero esta modificación no es necesariamente reconocida por los autóctonos, debido a esto se mantienen las connotaciones negativas. La investigación revela que incluso, dentro de la misma comunidad, existen opiniones contrastantes entre las personas mayores y menores de 20 años. Los primeros admiten consumir contenido japonés pero no se reconocen a si mismos como otakus y poseen opiniones desfavorables sobre los miembros más jóvenes. Las siguientes citas corresponden a los testimonios de los sujetos entrevistados mayores de 20 años.

"La gente con quien me relaciono son casi todos aficionados a la animación y son pocas las ves que te puedes poner a conversar sobre animación con ellos porque igual son como re, como re mula, son muy pocos con los que saben como para conversar, los demás puro hueveo... Freak, muy freak, la dura, poco en el mate, demasiado poco, son muy extraños, viven en su mundo de fantasía y se llaman por sus nicks y la hueva, o sea no tienen nombres de verdad, se llaman por sus apodos de IRC, son muy extraños. ¿Qué hacen? Nada, viven del anime y toman personalidades, o sea haciendo referencia a un personaje, toman su personalidad, toman como él, toman sus decisiones, ¿Cachai? es una hueva enferma... está bien que te guste la animación pero ¿Por qué tratan de ser algo que no eres? No tienen personalidad propia, recurren a ello porque yo cacho que el noventa por ciento de los otakus tienen problemas de autoestima." - Sujeto N°1

"Normalmente son más inteligentes que una persona estándar también, pero con algún problema comunicacional. También hay mucho otaku distinto, es cosa de ir al cine, tu cachas los grupos como son, grupos de gente con poleras negras de Iron Maiden ¿Cachas?, se sientan a chupar una cerveza, hasta gente, no sé un grupo de cabros chicos que se la gritan toda y se ponen a bailar en frente de... no y todos son así, están fuera de la recta ¿Cachas? Y tener alguna, no sé, alguna tranca rara ¿Cachas? No hay mucha cordura". - Sujeto N°2

"Son muy llevados por el viento ¿Cachas? Un día dicen 'ahora está de moda Card Captor Sakura' y todos 'Card Captor Sakura', después que termina dan otra y después todos odian a Card Captor Sakura, lo que pasó con los 'Caballeros del Zodíaco', ahora le preguntas a alguien y 'no cómo se te ocurre' y lloraban por los 'Caballeros del Zodíaco' ¿Cachas? Esas cosas igual como de repente son muy así". - Sujeto N°4

"Toda esa gente, que encuentro que es muy... no le encuentro valor, encuentro que es como muy, muy posera, por decirte algo por ejemplo, o la niña esta que llegaba 'aaaahhh soy Sailor Moon' que se teñía el pelo rubio". - Sujeto N°7

Por el otro lado, los participantes menores de 20 muestran tomar estos nuevos significados y efectivamente apropiarse de la redefinición anteriormente mencionada. Cabe destacar que el grupo anterior tuvieron experiencias solitarias al desarrollar este gusto ya que se dio de forma individual durante la universidad. En el caso de este segundo grupo, el gusto por la videoanimación es reconocida como una actividad social, siendo integrada en distintos aspectos de su vida cotidiana. Se mencionan agrupaciones escolares, fiestas que se hacían en torno a estos lugares de encuentro cotidiano (Eurocentro, Quinta Normal, Borja, Cerro San Cristóbal). Este grupo etario demuestra poseer los atributos de las identidades posmodernas por su gran facilidad y disposición a derivar las normas que mantienen los otakus mayores de 20. Los siguientes testimonios de participantes menores revelan los indicios a la exploración identitaria que poseían las generaciones más jóvenes de ese entonces.

*"Un otaku no tiene reglas o no tiene una forma característica de vestirse, no tiene un estilo de música definido, no tiene reglas, un otaku es bien libre en ese aspecto, lo único como que los une es todo eso de la animación y pasarlo bien, eso creo que se destaca del resto, somos mas alegres que el resto" - Sujeto N°7*

*"...de los seis años hasta más o menos los quince, uno crea su identidad, va pasando por las distintas tribus urbanas hasta buscar dónde se siente más cómodo, yo hice eso hasta que llegué al otaku y ya me sentí en mi mundo" - Sujeto N°9*

*"Son personas normales, más alegres quizás y sí un poco infantiles, en general como que no representan su edad, se suben al piano (;?) de la edad se echan un poquito más pa' abajo, pero tampoco creo que sea tan malo, uno disfruta más la vida así" - Sujeto N°12*



Anime "Los Caballeros del Zodiaco"

## 2.7 REFERENTE DE LA INFANCIA: ESTILOS TRANSMITIDOS DE JAPÓN

Estas últimas generaciones que crecieron a la mano del anime y el manga fueron cautivados a temprana edad por los estímulos causados ante las imágenes niponas, las cuales poseen un estilo estético que rompía con lo cotidiano:

\_Paletas de colores psicodélicas y saturadas.

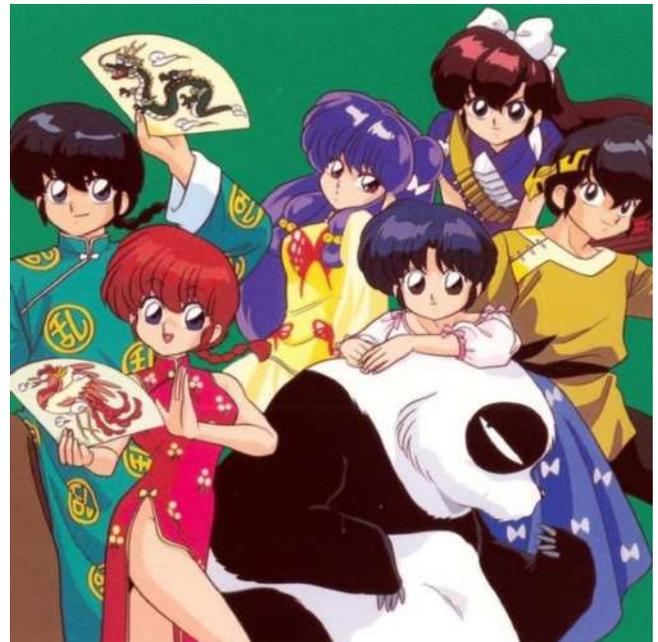
\_Personajes andrógenos que transgreden los límites entre representaciones "para niñas" con códigos considerado como tierno o lindo, y lo considerado como "para niños" mediante lo carismático y secuencias de acción.

\_Complejas líneas narrativas con complejas relaciones emocionales.

\_Espacios de vulnerabilidad, tocando temáticas de las debilidades y los miedos.

\_Cuerpos sexualizados.

Estas series corresponden, para muchos, los primeros referentes sobre identidad, sexualidad, y otras temáticas y comportamientos considerados de adultos, transmitiendo valores y creencias que influenciaron las relaciones con el entorno, con sus pares y con los objetos de consumo. Comenzaron a reunirse en torno a la adquisición y circulación de productos culturales, al igual que para la organización de actividades o simplemente conocer a otras personas que comparten estos gustos.



Anime "Ranma 1/2"



Fotografía de Jacob Ehnmark

## 2.7.1 VISUAL KEI

Interpretada como una tribu urbana en el contexto nacional, el Visual Kei corresponde a un movimiento de contracultura que surgió en Japón como parte J-Rock, el cual no solo involucra un estilo de música, sino que toda una estética visual e ideología. Nace con el objetivo del shock visual: inspirándose en el glam rock, los músicos japoneses adaptan esas imágenes del Reino Unido a narrativas que hacen sentido en su contexto. Toman la androginidad y la conectan con el Teatro Kabuki, performance que involucra de forma tradicional el travestismo, redefiniendo esta actividad. Los artistas principalmente masculinos toman apariencias femeninas con pelos teñidos y vestimentas provocadoras, e incluso integran dentro de sus presentaciones actos homosexuales denominados "fan service". Se desafía los conceptos binarios, creando y explorando nuevos territorios entre "oriente y occidente, el nosotros y el ellos, entre hombre y mujer" (McLeod, 2013). Por el otro lado, los fanáticos no solo emulan sus estilos en ropa, sino que adoptan incluso comportamientos, lenguaje corporal, hábitos, gustos e ideologías. Este tipo de formato les permite a los artistas, que en su mayoría son hombres, liberarse de las expectativas heterosexuales y de masculinidad conservadoras, mientras que a las seguidoras, principalmente formado por mujeres, les permite expresar emociones de formas que no se alinean con los estereotipo de femineidad. A pesar de que el Visual Kei mantenía temáticas oscuras de alienación social y frustración, para sus fans consistió en un espacio para crear integración social al igual que libertad.

Cuando el Visual Kei llega a Chile inmediatamente cautiva a cientos de jóvenes quienes, tras escuchar su música, empiezan a adoptar sus vestimentas e incluso intentan recrear los escenarios sociales del movimiento en el contexto local. Pelos teñidos y peinados extravagantes, vestimentas góticas, saturación de accesorios y rostros maquillados se reúnan frente a ubicaciones como el Galeria Comercial Eurocentro (Moneda 970, Santiago Centro), donde los jóvenes se presentaban para mostrar su elaborados atuendos. Como resultado de la reinterpretación del movimiento, nacen los subgéneros que delimitan reglas en cuanto a cómo mantener sus apariencias, comportamientos y círculos con quienes se relacionan.



Camnata Harajuku en Santiago  
Fotografía de Gonzalo Sánchez

## 2.7.2 LOLITA

La moda lolita nace Japón en 1980 mediante la creación de piezas inspiradas en los vestidos victorianos con el objetivo de lucir como una muñeca de porcelana europea o una princesa de un cuento de hadas. Emerge en base a dos estilos contrastantes, el 'gothic' y el 'sweet'. El primero se vuelve tendencia cuando populares bandas japonesas del Visual Kei como Malice-Mizer, comienzan a adoptar esta estética. Los seguidores de este género imitan estas elaboradas teñidas góticas consolidando el estilo. Se reconocen negros profundos y la incorporación de simbologías cristianas y prendas de luto. Por el otro lado la segunda se posiciona mediante la difusión por las prendas diseñadas por la marca 'Baby the Stars Shine Bright' por el diseñador Isobe Akinori, quien decide resaltar un lado más romántico enfatizando las cintas y colores brillantes. Destacan en este estilo los rosados, blancos y celestes, donde es primordial el uso de patrones denominadas como kawaii (tiernas) mediante ositos, postres y frutas.

Este estilo en particular llega a Chile junto al Visual Kei, y es integrado como una alternativa dentro de ella, pudiendo ser vista en los mismos espacios. Más adelante adopta una identidad separada, siendo asociada a otras tendencias niponas como el de la moda callejera Harajuku. Actualmente existen diversas agrupaciones que organizan eventos denominados "Tea Party", elaboradas con variadas temáticas fantasiosas. Reúnen a jóvenes que llegan con elaboradas vestimentas y comparten de elegantes comidas, simulando como dice el nombre, una once aristocrática.

## 2.7.3 STREET FASHION JAPONÉS & HARAJUKU

El Street Fashion proveniente de Japón representa plena expresión personal que no corresponde al 'buen gusto' de un diseñador, sino que a la capacidad de los jóvenes en explotar diferentes tendencias creando atuendos singulares y originales. Aparecen diversos estilos, cada uno generando subculturas que lucían estas tendencias como parte de su identidad. Estos estilos llamativos funcionan como identificadores grupales, entregándoles la sensación de pertenecer a algo. Los jóvenes en Japón se reúnen en las calles Harajuku y Shibuya para exponer sus atuendos.

Dos de los organizadores de las caminatas Harajuku a nivel nacional, Thiare y Mika, comparten los comienzos de esta convocatoria recordando la primera vez que se realizó en Chile el 2014, donde se logró movilizar a un total de 500 personas. Desde entonces, cada vez más personas han participado organizándose cada vez con más frecuencia.



Instagram @mariteitei



Instagram @neo.cristo

## 2.8 INFLUENCERS Y ARTISTAS DIGITALES

Dentro del contexto actual, presenciar formas de expresión como las anteriormente descritas es difícil de presenciar. Ya casi no existen espacios en los que jóvenes se reúnen de forma cotidiana a lucir atuendos. Todo este tipo de representaciones ha tendido a dirigirse a las redes sociales. Esta digitalización de la experiencia ha dado origen a formas nativas del medio, en donde se han empezado a experimentar mediante la música y la audiovisual, imágenes tridimensionales, hologramas y animaciones.

Esta nueva herramienta también ha facilitado la difusión de distintos artistas, quienes exponen, venden e interactúan con otros en base a su trabajos. Estas personalidades en constante exposición se han convertidos en el rostro de las distintas tendencias influenciadas por Japón.

## **2.9 MOHO: APRENDER A TRAVÉS DE LA IMITACIÓN**

Moho es el término que refiere al proceso de aprendizaje mediante la imitación de estilo y forma. Desde la perspectiva del país asiático, estas no corresponden a burdas copias, más bien es percibido como un desafío al artista de crear lo que ve mientras inscribe simultáneamente su respuesta a ello (Minowa, 2005). Este proceso de imitación y reinterpretación define el arte japonés convirtiéndolo en uno de los exponentes para los procesos de apropiación identitaria.

Esta metodología de aprendizaje es contrapone al modelo occidental, donde la copia es mal vista y considerada como equivalente a la falta de originalidad e individualismo. Esta concepción de la imitación denigra todo tipo de producción que esté asociada a esta práctica. Las primeras formas de expresión mediante la apariencia en el contexto nacional eran consideradas delirantes intentos de jóvenes inmaduros que intentaban ser japoneses, cuando en realidad corresponden a la primera etapa de formulación sobre cómo aquellos referentes complementan sus identidad individuales.

## 2.10 REGISTRO ETERNO

El texto escrito se ha constituido históricamente como el desarrollo de la forma de comunicación en contraste con la comunicación oral típica de sociedades primitivas (Luhmann, 2000). En ese sentido, la escritura ha permitido trascender las barreras presenciales, en tanto sitúa al escritor y lector en simultáneo, rompiendo las barreras de espacio y tiempo. (Luhmann, 2000). Para efectos de la representación sobre la creación de estéticas sincretizadas, este factor deviene importante puesto que permitiría un alcance generalizado a ambas culturas en cuestión.

De esta manera, se entiende que existen distintas funciones referidas a la escritura, por una parte su función comunicativa explicada anteriormente, y por otra la función representativa puesto que permite la expresión de ideas, pensamientos, emociones o recuerdos (Miras, 2000), que se plasman en "un artefacto que, a diferencia del lenguaje oral, permite la revisión y la reflexión" (Olson, Torrance en Miras, 2000, pg. 67). En otras palabras, el texto escrito posibilita al autor materializar sus subjetividades en un objeto físico real, que al mismo tiempo admite una constante relectura, aportando a la reflexividad del receptor.

Bajo esta misma línea, hay que trazar la diferencia y el valor que posee el libro análogo en contraste a la lectura digital en creciente aumento. En primer lugar, la lectura tradicional, es decir sobre papel permite una reflexión más profunda puesto que ofrece mayor tiempo, en comparación al texto digital, el cual es etéreo pues desaparece con facilidad (Cordón & Jarvío, 2015). Es así como la lectura impresa otorga una mayor capacidad reflexiva, estimulando la función representativa del texto

escrito, al estar en constante presencia con el lector. No obstante, el formato digital presenta una ventaja el cual se traduce en su versatilidad y dinamismo, atributos propios de la socialización contemporánea (ídem). Por lo que, tomando en consideración las características de ambos formatos, es posible combinarlos en lo que Cramer (2015) describe como Post-Digital. Este propone el acercamiento cultural de los medios nuevos a los medios antiguos, para la realización de un trabajo en conjunto (Cramer, 2015), de esta manera la distinción entre lo análogo y lo digital se vuelve obsoleto (ídem).



**LEVANTAMIENTO DE INFO**

### **3.1 METODOLOGIA DE INVESTIGACION**

Dentro del contexto actual, presenciar formas de expresión como las anteriormente descritas es difícil de presenciar. Ya casi no existen espacios en los que jóvenes se reúnen de forma cotidiana a lucir atuendos. Todo este tipo de representaciones ha tendido a dirigirse a las redes sociales. Esta digitalización de la experiencia ha dado origen a formas nativas del medio, en donde se han empezado a experimentar mediante la música y la audiovisual, imágenes tridimensionales, hologramas y animaciones.

Esta nueva herramienta también ha facilitado la difusión de distintos artistas, quienes exponen, venden e interactúan con otros en base a su trabajos. Estas personalidades en constante exposición se han convertidos en el rostro de las distintas tendencias influenciadas por Japón.

Para comenzar, se consideró pertinente conocer la perspectiva y opiniones de personas que sentían tal conexión por la cultura japonesa que se dedican a estudiarla. Es por ello que se organizó un focus group integrado por cuatro alumnos de traducción Español – Japones de la Universidad de Santiago de Chile.

Este grupo consiste de un círculo de personas que tienen un alto grado de conocimiento cultural, que poseen opiniones académicas al respecto, y que presentan relaciones inmediatas con gente nativa del país asiático. Se discutió en torno a su relación con la cultura nipona y el cómo se sienten identificados y pertenecientes a esta. Se discutió sobre la opinión que poseen frente al fanatismo y las formas de expresión "extravagante", haciendo referencia a adoptar apariencias y estilos estéticos visibles.

En sus respuestas existe de forma unánime una clara separación entre su persona e identidad chilena de sus gustos y apreciación por la cultura japonesa. Más aún, el sujeto 2 admitió sentir que no se sentía con el derecho de sentir pertenencia por la cultura japonesa por temas de apropiación cultural. Tras este comentario se desencadenó una conversación sobre límites que ellos se predisponen al momento de vivir distinto escenarios.

El sujeto 3, quien mantiene una relación con un japonés, viaja de forma regular a Japón y posee amigos cercanos nativos con quien establece conversaciones en su idioma, y aún así admite no poder disfrutar plenamente por el miedo a actuar de forma indebida.

Cabe destacar que muestran poseer prejuicios de las personas que experimentan con su apariencia física. Dejan en claro una separación entre esas identidades y la propia, lo que permitió deducir que sigue existiendo el prejuicio y la deslegitimación a nivel interno de la comunidad.

Sujeto 1 (Mujer, 23)  
Sujeto 2 (Hombre, 23)  
Sujeto 3 (Mujer, 25)  
Sujeto 4 (Mujer, 24)

*"En mi caso, cuando me vestía con la yukata era como: ya entretenido pero después me ponía a pensar como que no soy japonesa, y me estoy disfrazando. Yo me siento en un disfraz, no es mi ropa típica. Yo en Japón sentía que me estaba disfrazando, más que representando una cultura y haciendo parte de una tradición... Yo a veces igual me genera confusión, porque a pesar de que no me sienta japonesa usando su ropa tradicional, pero yo he dedicado gran parte de mi vida estudiando la cultura, y capaz que yo sepa más que un japonés promedio. Entonces un japonés que no tiene idea de su cultura y que no les importa nada vestirse así, pero como él es japonés va a estar bien. Pero yo que me dedico a esa cultura y todo, y aun así me siento incómoda ocupando su ropa. Como que a mí me da pena."*

*"Nosotros, más que saber, nos dedicamos a estudiarla, tenemos un conocimiento mayor: entre más sabes, menos feliz eres."*

*"A mí no me molesta, solo me da risa"*

En el caso de este focus group la conversación notoriamente giró en torno a las series animadas y lo que involucró socialmente. Hay un claro fanatismo desarrollado en la infancia que se tradujo en la participación de las comunidades de fandoms.

A pesar de que se continuó comentando sobre distintos aspectos en que la animación japonesa estaba involucradas en sus vidas, solo se realizó una tajante separación de sus vidas cotidiano cuando se mencionó a las personas que viven la cultura japonesa mediante los estilo estéticos.

Tras finalizar este segundo encuentro, es posible concluir que ciertas actividades provenientes de la cultura japonesa están más normalizadas que otras: las áreas directamente relacionadas con el anime parecen ser indiferentes, pero que todo lo que involucra salir de las estándares visuales continúa siendo prejuiciado.

Sujeto 5 (Mujer, 22)  
Sujeto 6 (Mujer, 23)  
Sujeto 7 (Mujer, 20)  
Sujeto 8 (Hombre, 23)

*"En mi caso me sirvió para hacer mi círculo de amistades. Como a todas nos gustaba Avatar, nos sirvió para hacer amigos." - Sujeto 5*

*"En mi tiempo era Fotolog, Metrolog, Habbo y ahí también conocí gente que le gustaba" - Sujeto 8*

*"Por ejemplo las lolitas, los vestidos son muy brígidis y ya son bonitos pero yo no los usaría en la calle porque igual están todas las miradas, todos te miran feo."*

*"Las admiro caleta en ese sentido. Es como wow. Igual es bacán eso en ese sentido porque en Japón no te miran feo, porque me acuerdo que en algunas cuentas como que se fijaban en la vestimenta de toda la gente que está caminando por Japón. Entonces encontraba a alguien en la calle y le pedían tomarse fotos. Y de repente habían vestimentas súper excéntricas, brígidis. Como que ellos viven su vida y se visten como quieren. En cambio acá no, acá como que te critican si te ves diferente."*

*"Yo creo que en parte también sería como presión, así como que ridícula esta weona, no cumple con los cánones de la belleza. Yo no me siento vieja, es solo el juicio social."*

Al analizar los resultados obtenidos tras ambos encuentros, se da cuenta de que la metodología de trabajo no era la más ideal, ya que no se estaban logrando obtener experiencias relevantes ni verdaderos sujetos de estudio con inquietudes culturales y estéticas.

Frente a este obstáculo, se reformuló el plan de acción. Primero, se realizó un registro de cuentas de Instagram con el objetivo de seleccionar un nuevo grupo de individuos, siendo esta red social basada en la comunicación visual con imágenes una buena aproximación a individuos que se expresen a través de la estética en su vida cotidiana. Como criterios base tenían que poseer mayor fluidez en cuanto a su construcción identitaria y además, realizar actividades que revelaran sincretismo entre ambas culturas. Se contactaron a diversas personas con diferentes oficios: desde ilustradores, diseñadores de vestuario, drag-queens, influencers, bloggers, fotógrafos, artistas digitales, entre otros. Se logró recibir respuesta con interés de participar en el proyecto de 10 personas.

Se realizó sesiones de entrevistas con preguntas de tipo general como particular con el objetivo de buscar en primer lugar, la historia de cómo comenzó a realizar la actividad presentada en sus redes sociales. Segundo, su experiencia personal con la videoanimación u otros referentes japoneses al crecer. Tercero, su opinión en cuanto a la búsqueda y experimentación del estilo personal y por último, sobre la existencia de un estilo propio nacional que fusione lo local con la influencia japonesa.

@aogirinoki13

@leyladopp

@piartesxrose

@arethidesu

@apogenesis

@senkoushoujo

@fucking\_hime

@rukiixholicblog

## 3.2 RESULTADOS

El estudio reveló una perspectiva completamente diferente a las obtenidas anteriormente, demostrando que dentro de la comunidad se pueden identificar dos tipos de participación: una activa y otra pasiva.

La participación activa integra todo tipo de experimentación identitaria posible la cual haya generado impacto en su círculo. Este tipo de experiencia, positiva o negativa, forma el carácter y opinión del individuo y demuestra ser necesaria para que se pueda llegar a desarrollar un estilo propio posteriormente.

La participación pasiva corresponde a las personas que comparten los mismos círculos pero se mantienen al margen debido al miedo al prejuicio o descontento por no poder expresarse plenamente y con libertad. En el escenario actual las barreras que las personas enfrentan para optar a formas particulares de expresión muestran ser autolimitaciones basadas en restricciones sociales transmitidas de las generaciones anteriores.

Se pudo identificar que todos los entrevistados reconocían haber desarrollado su gusto por la cultura japonesa desde la infancia ya sea a través del anime en el cable abierto o mediante las bandas de música japonesas. Actualmente, los artistas en cuestión poseían entre 24 a 27 años, rango etario que concuerda con la generación posmoderna identificable en la investigación del 2009 anteriormente mencionada.

Demuestran claramente poseer una definición de identidad maleable en la que reconocen estas exploraciones como parte de su identidad. También se reconoce que la dificultad más grande es el prejuicio y la violencia a la que se exponían cotidianamente.

A pesar de ello, se reconoce que han habido cambios en el contexto nacional y se mantiene cierto optimismo. Dentro de los relatos recopilados es posible notar un claro contraste entre las respuestas que recibían sobre las actividades que reconocían, e incluso admitiendo sorpresa frente a la aceptación lograda a nivel nacional.

Al comentar las respuestas de autolimitación obtenidas en los focus group, surgen diversas perspectivas que demostraron indiferencia ante las opiniones ajenas. Se dio a entender que la dificultad recae en armarse de valor para comenzar, ya que reconocían que el haberse atrevido a explorar permitió transformar el gusto en estilo personal. En algunas circunstancias incluso, les permitió encontrar habilidades que no conocían poseer, entregando nuevas posibilidades.

*"Acá te gritan cosas, te violentan, te pueden hasta pegar, ¿cachai? Y se reduce caleta ese tipo de expresión, pero igual yo creo que cada vez la gente más se atreve no más... y la gente como que espero que empiece a cachar en algún momento que es normal no mas, que lo valide."*

*"Y esto no es algo como que yo quiero mostrar, es que soy yo totalmente. Derrepente voy por la calle cachai y me para la gente y me dice "qué bacán tu estilo" y siguen caminando. Y años atrás esta wea era una burla la gente te webeaba, te amenazaba y ahora que la gente pueda sentir lo que estoy como expresando es bacan."*

*"Creo que es más difícil en hombres, son más cerrados en la moda. Y claro siempre era entre hombres, la frágil masculinidad. Ha cambiado igual, yo ahora he salido con amigos con cosplay de niña y no pasa nada ahora."*

*"Lo difícil va en dar ese primer paso, la primera vez que sales de tu casa así. Esas primeras veces, o años, que te van a gritar cosas, pero después te vas acostumbrando. Si para ti es más importante de ser tu mismo y poder expresarte, si lo poni en una balanza, va a ser más fuerte que lo que te diga alguien que no conocí. Si valoras, y sabes que quieres mostrarlo para sentirte cómoda, lo otro como que ya da lo mismo."*

*"Asique hicimos el cosplay de Kaya, ella la versión mujer y yo la versión hombre. Y ahí descubrí que tenía manos pa cocer po... Entonces ahí me dedique yo a hacer accesorios chicos y venderlos a través de este blog"*

*"considero como personalmente que es un asunto de madurez, como que la gente que inicia en esto busca un estilo, pero cuando llevan más tiempo afloran cosas de uno mismo, mezclando tendencias, mezclando estilos para ir generando una identidad personal."*

Se infiere que para lograr la integración de referentes culturales a la propia identidad de forma exitosa, es necesaria la experimentación activa. La creación de productos identitarios que logran sincretizar realidades personales requieren, en primera instancia, la imitación para que se defina su significado para el individuo. Posteriormente, se conlleva mediante la experiencia a una reinterpretación en base al aprendizaje sobre la nueva identidad que se llevó a cabo.

Al preguntar sus opiniones sobre la existencia de un único estilo chileno derivado del japonés las respuestas fueron múltiples. Algunos afirman verlo, pero se les dificulta explicar las razones. Aquellos que poseían más claridad al respecto consideraban que se estaba logrando cada vez más una interpretación chilena, pero que todavía no estaba resuelta. Esto es posible de ver por ejemplo, en la estética de la música con la emergente identidad trapera chilena, en las paletas de colores y texturas utilizadas por los ilustradores y artistas digitales que plasman en imaginarios y en contenidos cada vez más adorable o kawaii como en la tendencia vista en memes. Definen que todo esto corresponde a un proceso que continúa en evolución.

*"Todavía estamos en esa etapa de agarrando por acá, tomar por allá. Igual para mí Chile siempre ha sido súper ecléctico, sobre todo viviendo acá en Santiago, no hay nada que tu podai decir "oh esto es 100% chileno. En general es lo que ves en región, pero no es algo que podí llevar a la moda urbana actual"*

*"Osea veo ahora gente con una estética más del trap, del rap, pero que agrega cosas japonesas y también coreanas"*

Al conversar sobre dónde era posible encontrar estas estéticas y estilos, se volvía complejo de responder. A pesar de la influencia y alcance que estos artistas tienen en sus redes sociales, no podían decir con facilidad dónde podrían sus seguidores conocer y ver en personas estos estilos en un contexto cotidiano. Muchos se mantenían firmemente dentro de sus círculos sociales, como por ejemplo las lolitas, que se agrupaban en eventos "Tea Party" casi todos los fines de semana, pero estos corresponden a eventos donde los cupos son limitados y además requieren un vestuario en específico para ser partícipe. Thiare y Mika, comité de la organización KawaiiAnarchy, se han dedicado en crear caminatas que celebran los distintos estilos y los convocan en espacios públicos, recreado tanto la esencia del Street Fashion japonés como los antiguos espacios de encuentro nacional, el famoso "imán" de la Galería Comercial Eurocentro. A pesar de ello esto corresponde a una convocatoria esporádica.

Por último, se pidió su evaluación y predicciones con respecto a la tendencia interculturales hacia 10 años más. Todos indicaron grandes expectativas de ver la cultura japonesa aún más establecida, pero había una clara conciencia de que cada vez irán surgiendo nuevos estilos que reemplazan eventualmente a los actuales. A pesar de ello, era evidente que sus expectativas hacia el futuro estaban ligadas a la libre exploración y búsqueda de estilo y no a su inclinación por la estética nipona, lo cual demuestra nuevamente la disposición que estas identidades posmodernas tienen para imitar y apropiarse, reinterpretando y creando nuevos significados culturales.

*"Hay que crear el espacio, porque tiene que estar para sembrar la semilla para que la gente se atreva, cachai. Porque si estamos al azar, va a haber alguien que se sienta incomodo y no va a volver."*

*"Quizá se meta otra cultura entre medio, yo como que no me quiero cerrar que Chile solo se va a quedar con las culturas asiáticas porque como te digo, somos muy pasivos en cuanto a estilo y también Santiago sobre todo con lo neutro que es, necesitamos agarrar todo lo que nos parezca interesante"*

*"Ah yo creo que cada vez más se va a como mezclar más, no va a parecer ya nada del estilo como ortodoxo que aparecía en un principio, sino como mezcla de todos lados, de distintos países, agarrando como lo que sea tendencia."*



# FORMULACIÓN

## **4.1 OPORTUNIDAD DE DISEÑO**

La cultura japonesa ha proporcionado diversos estilos y tendencias estéticas al escenario nacional y su seguidores se han ido adaptado para crear nuevas formas de expresión. Sin embargo, al igual que las marcas estéticas que ha impregnado en las personas, se han mantenido a la vez prejuicios que fueron infringidos a sus seguidores en el pasado. Sin importar los cambios logrados en el contexto actual, diversas generaciones de fanáticos de la cultura japonesa eligen mantener una postura pasiva al tomar estos referentes por el miedo a las connotaciones negativas que se le pueden asociar.

Desmitificar y liberar estas formas de expresión del estigma social es crucial para que las nuevas identidades posmodernas puedan exitosamente sentirse realizados y optar a su máximo rendimiento social.

A la vez, estas limitaciones frenan exploraciones interculturales que podrían aportar a la producción de una identidad santiaguina urbana contemporánea que se mantiene ausente. Es por ello que existe la necesidad de exponer a estos individuos con inquietudes frente a experiencias de las cuales se pueden sentir identificados para que funcionen como catalizadores y tomen acción.

## 4.2 FORMULACIÓN DEL PROYECTO

### QUÉ

'Ulti CultZine' es una editorial independiente que produce publicaciones periódicas coleccionables limitadas. Explora temáticas culturales estéticas e identitarias a nivel nacional, enfocándose en la memoria e historias de un las personas. Este primero tomo, Sugoi, tiene como objetivo recopilar, exponer y celebrar las influencias de la estética nipona en el país, además de compartir las formas de expresión artísticas que surgen de ella.

### POR QUÉ

Existen varias generaciones de individuos chilenos quienes, debido a su exposición a los referentes japoneses, tienen inquietudes sobre su identidad pero que no han podido explorar debido a la falta de espacios seguros y círculos de apoyo.

### PARA QUÉ

Los jóvenes adultos y nuevas generaciones que están forjando sus identidades con valores y principios posmodernos maleables, tengan un espacio para explorar y crear nuevos estilos que aporten para la búsqueda de originales nacionales.

### OBJETIVO GENERAL

Crear piezas que capturen y recopilen momentos y sus estéticas, las cuales se plasmen de forma gráfica en publicaciones que funcionen como objetos de recuerdo e inspiración.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS I.O.V

Juntar parte de la comunidad fanática de la cultura japonesa	Lograr la participación de al menos 10 artistas nacionales con un registro de relatos sobre sus experiencias personales
Evocar recuerdos y emociones de nostalgia en los lectores	Generar conversación, participación en mensajes y comentarios
Fomentar la creación de nuevas identidades influenciadas por la publicación	Testimonios y fotografías sobre actividades o experiencias realizadas tras la lectura

## **4.4 CONTEXTO**

El proyecto se inserta en dos áreas particulares:

Recuerdos: viajar por la memoria colectiva y recopilar aquellos elementos significativos que dieron origen a la generaciones de seguidores de la cultura japonesa.

Testimonios y fotografías: registro de experiencias reales que permitan identificarse y crear real cercanía con otros miembros de la comunidad.

## 4.5 USUARIOS

Según el levantamiento de información desarrollado sobre las identidades maleables y capaces de mantenerse en constante cambio, se considera como usuario principal a mujeres y hombres de entre 20 a 30 años que se vieron influenciados por la cultura japonesa. Este rango etario corresponde al de las primeras generaciones chilenas identificadas con características posmodernas. Ellos corresponden al público que pondrá reconocer, recordar y empatizar con los códigos y relatos expuestos. En segundo plano se dirige a toda persona interesada en el arte y las historias humanas, pudiendo apreciar estas singulares formas de expresión.



Autoría de @piratesxrose

## **4.6 ANTECEDENTES**

### **KUROZETTO STREET FANZINE**

Fanzine dedicado a la cultura y Street Fashion japonés en Santiago de Chile. Revista de tiro reducido dirigido a la misma comunidad.

Dirigido y distribuido por los miembros de la directiva de las caminatas Harajuku en Santiago.

Posee el mismo objetivo de reunir a la comunidad pero enfocado dentro de lo que es la moda. Se analizó en base a ella el alcance y dinámica que generable con un formato impreso en el contexto local.



Instagram

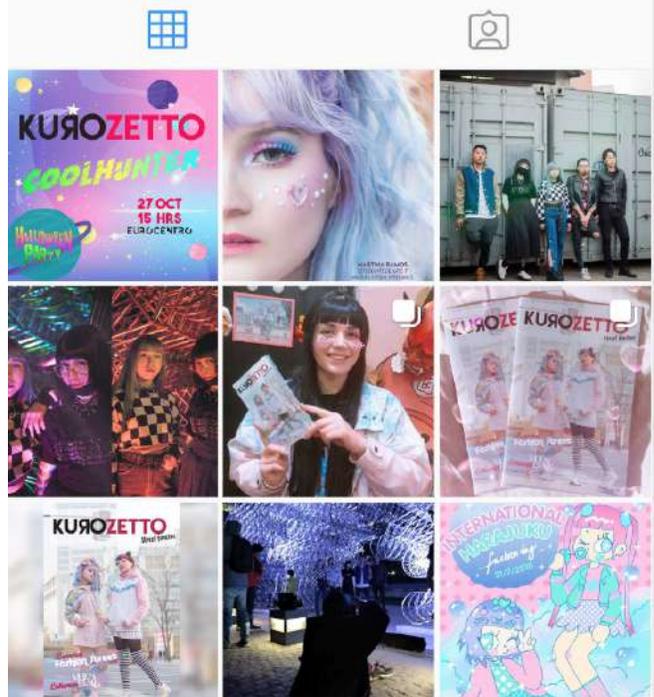
**kurozetto\_mag**

Seguir

**Kurōzetto Street Fanzine**  
 Fanzine dedicado a la cultura y Street Fashion japonés en Santiago de Chile  
[m.facebook.com/Kurozetto-Magazine-20783951...](https://m.facebook.com/Kurozetto-Magazine-20783951...)

mil\_ki\_ss sigue esta cuenta

73 publicaciones    1,204 seguidores    83 seguidos

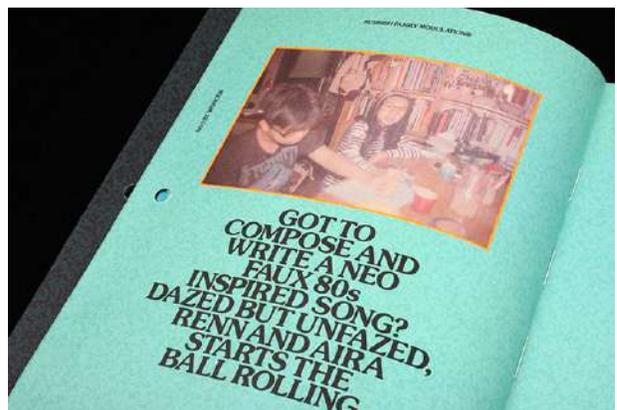
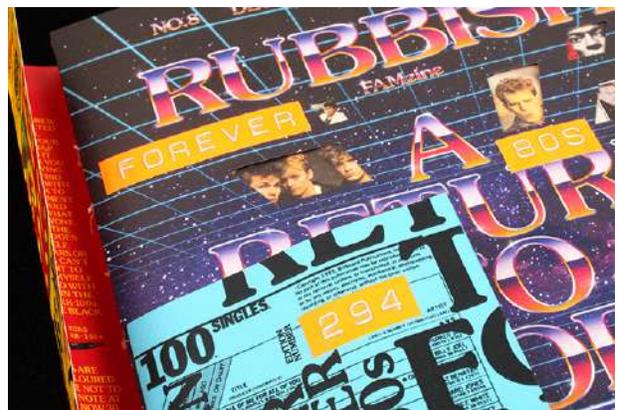
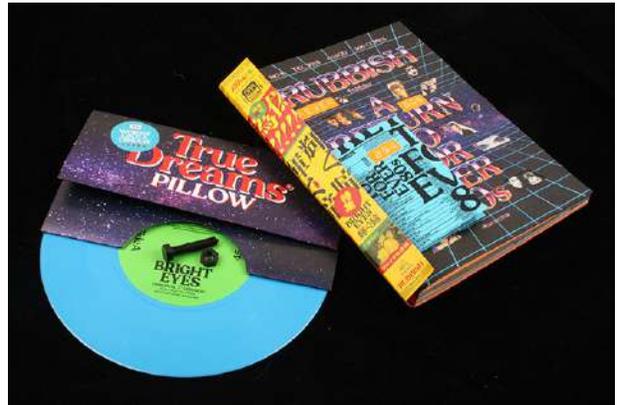


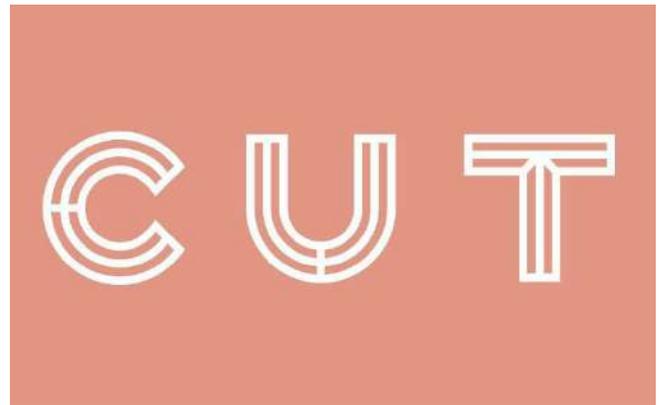
Instagram @kurozetto\_mag

## 4.7 REFERENTES

### RUBBISH FAMZINE

Se utilizó como referente principal el proyecto editorial de una familia en Singapur que explora distintas temáticas que definen como raras, extrañas e incluso absurdas pero siempre repletas de amor. Estas publicaciones logran narrar historias y experiencias personales de forma empática e íntima. El tomo #8 'A Return to Forever Eighties' logra capturar una época de forma gráfica y documenta la exploración realizada durante ella. En este proyecto se busca implementar este tipo de reproducción en el que se mezcla el recuerdo de estilos y códigos específicos mezclado con la reinterpretación personal. Además, se toma el uso de diferentes materiales para explorar lo anterior.





## CUT

Canal digital que produce contenidos audiovisuales que exploran distintas temáticas en torno al ser humano. Busca generar espacios de conversación sobre temáticas culturales y sociales. La honestidad, profundidad y reflexión de los relatos documentados serán un punto de referencia para la construcción de la exposición de los entrevistados.





# **PROCESO DE DISEÑO**

## 5.1 PLAN DE TRABAJO

El desarrollo del proyecto comenzó con la recopilación de información acerca del impacto generado por la cultura japonesa a nivel nacional. Se enfocó la investigación a datos cualitativos que evocan escenarios y situaciones de forma emotiva. Va desde los inicios de los distintos movimientos y tendencias hasta la aparición de las redes sociales mediante comentarios en Instagram y Facebook, entradas a foros y blogs, entrevistas y diversos documentos.

De forma paralela, se seleccionó entre los entrevistados anteriormente, las experiencias que serían registradas y compartidas en la publicación. Estos luego fueron contactados para acordar su participación voluntaria y de forma no remunerada.

Al poseer suficiente información acerca del escenario intercultural Chile - Japón, se definió la línea narrativa del libro con las temáticas que integró, y la estructura en la que se abordará lo anterior. Se fue experimentando diferentes líneas gráficas y combinando diferentes materiales en busca de crear una identidad gráfica propia mientras que, a la vez, se hacían referencias a la estética nipona.

Una vez que se estructuró con claridad cómo se abarcaran los relatos de los artistas, se coordinaron sesiones de fotos con cada uno.

Se suma además la posibilidad de integrar una actividad experimental, la cual entrega una nueva dimensión al proyecto.

Durante el último periodo se integraron todas las partes, afinando el resultado final mediante pruebas de impresión. En las siguientes páginas se expone en profundidad el trabajo realizado en cada etapa.

## 5.2 ENFOQUE NARRATIVO

Al analizar la introducción de los diferentes movimientos japoneses en el país, todas coinciden en dos objetivos: la búsqueda de desobediencia y placer. La subcultura otaku, como el Visual Kei, Lolita y el Street Fashion de Harajuku buscaban de alguna forma hacer protesta a los estándares sociales. A pesar de que no se mantuvieron de forma fiel sus sentidos políticos, causaron el mismo efecto de impacto visual en las calles de Chile. A su vez, toda esta exploración estética e identitaria de los jóvenes estaba enfocada en satisfacer alguna forma de deseo y la búsqueda de emociones excitantes.

Estos dos conceptos logran representar no sólo la intencionalidad de los movimientos, sino que también describen con claridad lo visualmente provocador que fueron. Es por ello que se decidió utilizar estas dos perspectivas como líneas narrativas. Desde ellas, se exploraron y recordaron las distintas temáticas expuestas.

También se tomó la decisión de que la lectura se complementa con comentarios narrados en primera persona mediante los cuales, como autora, se comparten en forma anecdótica apreciaciones de los contenidos. Este apartado cumple tres funciones:

### **CERCANÍA**

Se busca mantener una lectura ligera e informal. El objetivo del contenido escrito no es primordialmente informativo, sino que funcionan como guiños a datos curiosos para incentivar reflexiones.

### **RELACIÓN IMAGINARIA SEMPAI - KŌHAI**

Se busca replicar el imaginario de compartir con alguien "recién ingresado y sin experiencia" los recuerdos recopilados, como si personalmente se contara sobre los distintos escenarios y este respondiera a ello en el instante.

### **TRANSPARENCIA**

Se propone integrar, dentro de la identidad de la editorial, sus miembros como personajes junto a quienes se experimentan y aprenden sobre las distintas tendencias expuestas. Se introduce al lector no solo a los artistas en cuestión, sino que también a los intermediarios como estrategia de integración. No consiste en una agrupación intelectual ajena, sino que pares cercanos que buscan crear conversaciones.

## **5.3 ESTRUCTURA**

En base a la recopilación de información desarrollada, se evaluó cómo se podía dividir el contenido. Se definieron tres capítulos los cuales exponen de forma independiente aspectos del proyecto.

### **CAPÍTULO I: DESOBEDIENCIA & PLACER**

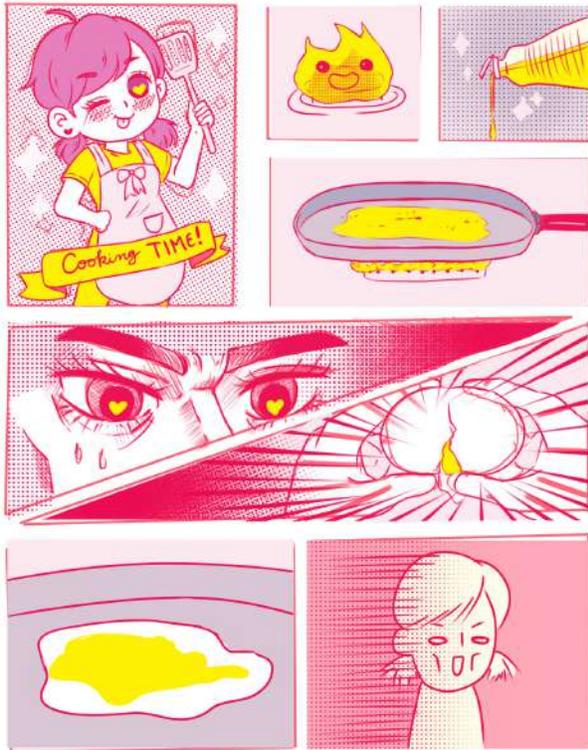
Expone aspectos de los distintos movimientos y las dinámicas que causaron a nivel nacional.

### **CAPÍTULO II: MATERIALIZACIÓN ESTÉTICA**

Se presenta las historias de las personas entrevistadas quienes comparten con el lector sus inicios, procesos creativos, opiniones sobre diversas temáticas y expectativas sobre el futuro.

### **CAPÍTULO III: PARTICIPACIÓN EXPERIMENTAL**

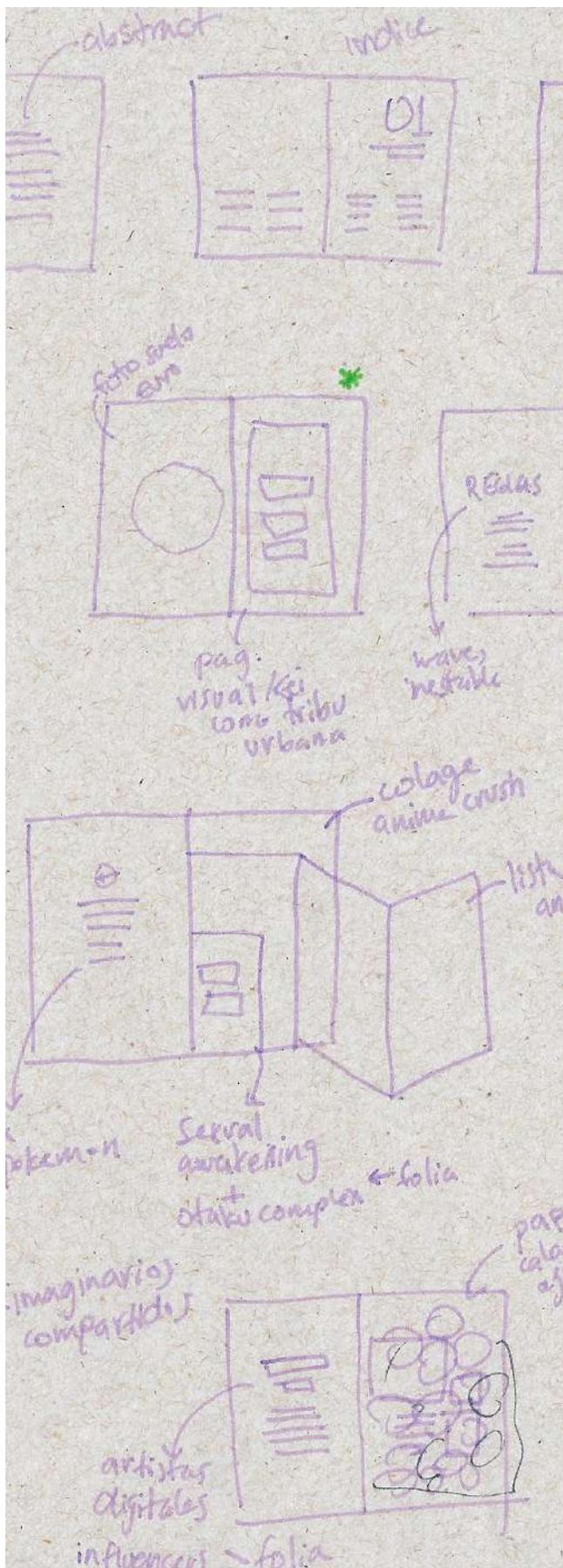
Con el objetivo de enfatizar el concepto de aprendizaje mediante la copia, se documenta la introducción personal a la estética lolita. Se presenta un look book del atuendo con él se propone experimentar la participación activa en el próximo evento Harajuku Fashion Walk International #14 que se realizará el 28 de Julio en 'La Casa de lo Diez', Avenida Santa Rosa #179, con la temática de "Fairy Tales".



Debido a que la temática del proyecto en sí se basa en el concepto de la memoria y agrupación de recuerdos, se utilizó diversos tamaños de papeles dentro de los libros. Esto jugando con la idea de las capas de información, el desorden y la recolección de elementos aislados al evocarlos.

Entendiendo que la memoria es una función del cerebro que recopila información de forma particular según el individuo, se tomó la idea del recuerdo personal para crear 4 versiones de la misma publicación. Las diferencias son ligeras y no están señaladas, ya que se busca que las personas puedan descubrir estas diferencias sólo mediante la comparación e interacción con otros lectores, siendo un motor e incentivador de la conversación.

Variantes de la tira comica para el capitulo !: Desobediencia & placer



## 5.4 CONTENIDOS

Se comenzó el diseño de los libros en sí mediante planillas a mano que permitieran visualizar el orden de los contenidos, el estilo de diagramación, las páginas con intervenciones, entre otras decisiones de diseño.

### CAPÍTULO I: DESOBEDIENCIA & PLACER

Se subdivide el contenido en tres secciones con las siguientes temáticas.

#### 1. Visual Kei como Tribu Urbana

Dentro de los diferentes movimientos estéticos que se desarrollaron como tribus urbanas en Chile, se le dedicó el primer capítulo al Visual Kei. Este, a pesar de haber sido el más influyente, corresponde al único que actualmente se considera muerto. Hasta el día de hoy, bandas Visual continúan llegando a presentarse, pero las agrupaciones de jóvenes que se autodenominan como tal ya no se encuentran. En memoria a ella se trabajó una secuencia narrativa que viaja desde su origen cultural en sus inicios en Japón y eventualmente su llegada a Chile. Se da cuenta de lo único que queda sobre ella actualmente, el espacio donde se reunían sus seguidores, el Eurocentro.

## 2. Directo al Kokoro

El segundo capítulo va dirigido a las series que marcaron a estas generaciones, como indica su título, busca crear respuestas nostálgicas siendo dirigido "directo al corazón". Mediante una especie de viaje en el tiempo, los lectores pueden ir recordando y encontrando esas series que había olvidado, reviviendo amores platónicos de la infancia. También se busca discutir sobre las particularidad de estas animaciones de forma cómica, mediante una ilustración que ejemplifica las características presentadas.

## 3. Imaginarios Compartidos.

En este capítulo se busca exponer a los artistas del escenario actual que inspiraron este proyecto. Personas que se dedican a diferentes oficios pero que están unidas por los códigos de un mundo de colores, texturas, temáticas e ideas. Su objetivo es incitar que los lectores a buscarlos y conocer las comunidades online, además de reconocer el arte nacional ya que muchos de ellos han logrado reconocimiento fuera del país.

## **CAPÍTULO II: MATERIALIZACIÓN ESTÉTICA**

Dentro de las experiencias registradas de las entrevistas, se seleccionaron tres de ellas.

1. @aogirinoki13 | Diego

Debido a que corresponde a una de las experiencias más recientes, además de que realiza una actividad que no requiere de conocimiento previo, o habilidad previa. Se busca demostrar cómo las formas de expresión no requieren cumplir ninguna especie de estándar de belleza, o que se puede encontrar valor en alguna habilidad que a primera instancia puede parecer inútil.

2. @leyladopp | Dominique

Se escoge su relato por la empatía que genera. Se logra gran transparencia hablando sobre momentos de vulnerabilidad, relaciones humanas dentro de la comunidad y los beneficios como aprendizajes que se pueden lograr.

3. @piratexrose | Felipe Gomez

Su relato demuestra como el atreverse a participar en las inquietudes que uno posee puede desencadenar nuevas alternativas y direcciones en la vida. Da cuenta de cómo de un hobby y una habilidad, se puede armar una carrera gracias a la comunidad que lo rodea.



El registro fotográfico realizado con cada uno dependió del carácter de cada entrevista.

En el caso de Diego se utilizó la calle, fondos con graffiti y el color de la calle, buscando recrear sus espacios e instancias creativas. Se capturó su estilo personal, mediante su vestimenta y accesorios.

De forma contrastante, las fotografías de Dominique fueron tomadas en un estudio, espacio seguro y resguardado. Se respetó la petición de no invadir su hogar. Se registró las diversas crochets que ha ilustrado estos últimos años, junto a retratos.

Por último, en el caso de Felipe se capturó su personalidad e historia a través de sus objetos. Entendiendo que mantiene una imagen incógnita en redes sociales se buscó transmitir mediante su espacio su personalidad.



Sesiones de fotos capa el capítulo II:  
Materialización estética.



### CAPÍTULO III: PARTICIPACIÓN EXPERIMENTAL

Para poder realmente demostrar y cumplir el principio del aprendizaje mediante la copia, se consideró relevante demostrarlo, y por ello se decidió realizar esta sección experimental.

Al pertenecer al grupo de seguidores pasivos de la cultura japonesa, se analizó dentro de los estilos y movimientos actuales, el cual corresponde personalmente un desafío. Es por ello que se seleccionó la moda lolita. Para desarrollar un look que fuese fiel a la tendencia considerando la poca experiencia en afición, se buscó la posibilidad de colaborar con distintas personas para armar el conjunto.

Se contactó nuevamente al diseñador de vestidos entrevistado en busca de poder utilizar alguno de sus diseños, a fotógrafos y a maquilladores.

Las respuestas fueron inmediatas y positivas: todos los actores mostraron interés y predisposición para colaborar de forma gratuita. Se logró armar un equipo interdisciplinario motivado por el deseo a probar y aprender sobre una estética desconocida con la motivación única de experimentar, siendo que además ambas fotógrafa y maquilladora no pertenecen a la comunidad influenciada por la cultura japonesa, por lo que corresponde también a una experiencia nueva para ellas.

**Fotografía** Rocío Huerta @rociohuertam

**Maquillaje** Isadora Jose González @isidorajose.mua

**Vestuario** Felipe Gomez @piratesxrose



Locación: Intersección Portugal con Marín, Marín con Angamos, Santiago.

## **5.5 CONSTRUCCIÓN GRÁFICA**

### **5.5.1 TIPOGRAFÍAS**

Los cuerpos de texto son trabajando con Noto Sans, fuente san serif que a pesar de ser diseñada para combatir los errores de visualización en la transcripción de caracteres en web, entrega grandes facilidades para el caso de este proyecto que requiere del uso constante de caracteres provenientes de diferentes culturas, entregando consistencia. En este caso en particular permitió de manera íntegra utilizar caracteres en japonés mediante su derivado Noto Sans JP.

Esta fue combinada con Cooper Hewitt para títulos, y Source Sans Pro en las bajadas. Ambas fuentes logran asimilarse a la fuente anterior, pareciendo incluso de la misma familia, respectivamente entregan la posibilidad de utilizar estilos más bold y más light.

La fuente Hobo Std Medium es utilizada como parte de la identidad de marca y se aplicó en alguno de los títulos y citas para crear jerarquías necesarias.

Cooper Hewitt

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr  
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

Noto Sans Jp

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr  
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Source Sans Pro

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk  
Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Hobo Std

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj  
Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr  
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz**

## **5.5.2 PALETA DE COLORES PAPELES Y TAMAÑOS**

### **CAPÍTULO I: DESOBEDIENCIA & PLACER**

Este capítulo abarca temáticas de estilos estéticos, series de animación japonesa y artistas de redes sociales. Para reflejar el carácter persuasivo de los contenidos, se decidió hacer alusión a colores identificables de la clásica serie animada de los 90, Sailor Moon. Se hizo uso de distintas gamas de rosados y amarillos.

### **CAPÍTULO II: MATERIALIZACIÓN ESTÉTICA**

Con el objetivo de dar protagonismo a los relatos e imágenes sobre los artistas y su trabajo, se mantuvo sobriedad en cuanto a las alternativas de este capítulo, seleccionando papeles oscuros planos o con brillo.

### **CAPÍTULO III: PARTICIPACIÓN EXPERIMENTAL**

Para dar distinción a la parte experimental, se decidió utilizar adhesivos holográficos como aplicación brillante exclusivo.



Fluor Rosa	200g
Strathmore White	90g
Curious Metallics Night	100g
Sirio Pearl Misty	300g
Curious Translucent Pearl	100g
Curious Metallics Night	100g
Curious Metallics Ice Gold	300g
Cartulina Española Amarilla	100g

Todos los serán construidos a mano  
 utilizando encuadernación japonesa.  
 Con hilos negros y rosados.

### **5.5.3 APLICACIONES**

Dentro de las exploraciones materiales, se buscó la forma gráfica de representar los enfoques narrativos escogidos de desobediencia y placer. Teniendo en consideración que cada capítulo corresponde a un libro con propiedades independientes, era necesario que fuesen recursos adaptables para los diferentes tamaños, colores y texturas de papeles.

#### **RUPTURA Y CALADO**

Como forma sugerente de comunicar desacato que se utilizó de forma simbólica para referir el traspaso y conexión de los contenidos entre distintas páginas.

#### **FOLIAS Y ADHESIVOS HOLOGRÁFICOS**

A pesar de que existe la presencia del brillo en algunos de los papeles seleccionados, este corresponde a un recurso que estimula y atrae la mirada de forma inevitable, por lo que se aplicó para destacar contenido relacionado al placer.

#### **APLICACIÓN AR**

Herramienta adicional experimental que se incluye como recurso explorable para alternativas futuras del proyecto. Se integra en la sección de redes sociales del primer libro.



## 5.6 LOGOTIPO

ULTI CULTZINE" (Cultural Zine), esta dedicado a todas las personas que tienen inquietudes por explorar con su estética personal pero no saben cómo partir, entregando referentes visuales e historias reales que sirvan como motivación y guía.

Su nombre, 'Ulti', hace referencia al término utilizado en la cultura popular como "estado final" o "habilidad final", sugiriendo que se encuentra en la búsqueda de aquel estado dentro de la cultura.

Para la realización de logotipo, se utilizó la fuente Hobo Std Medium debido a que posee un carácter que asemeja un estilo psicodélico, simulando movimiento y maleabilidad.

Se utilizó a lo largo del proyecto con duotono, donde todo el texto de este corresponde a un color diferenciado de su fondo. Es trabajado de esta forma debido a que los libros integran distintos materiales, requiriendo que este se adapte al uso en distintos papeles de colores.

A su vez, se busca emplear aplicaciones experimentales como el uso del calado, por lo que se construyó de tal forma que lo permitiese.

# ULTI

CULT×ZINE



Sobrepapeles de colores.



Impresión blanco y negro.



Recorte en papel.



## **5.7 RESULTADOS FINAL**

### **CAPÍTULO I: DESOBEDIENCIA & PLACER**

Libro de 16x18cm (25 páginas)

Portada rosa Fuor con Folia

Encuadernación Japonesa



2020/07/18
**ULTI**
2020/08

## INSTAGRAM

AL INVESTIGAR SOBRE DISEÑOS FORMADOS EN QUE LAS PERSONAS INTERCANBIAN EL AMOR POR LA ELECCIÓN, APRENDIENDO DE SUS ERRORES, COTIDIANOS, FUE INSERIBLE LA CANTIDAD, EMERGENCIAS Y ALGUNOS QUE SON TANTO ARTISTAS COMO ALICIA.

DISTINTOS TALENTOS NACIONALES DE UN ESTILO COMO LOS ANIMALES DE LA NARRACIÓN, EL DISEÑO, APRENDIENDO DE SUS ERRORES Y COTIDIANOS, FUE INSERIBLE LA CANTIDAD, EMERGENCIAS Y ALGUNOS QUE SON TANTO ARTISTAS COMO ALICIA.

INVITO A BUSCAR LOS DISTINTOS TALENTOS ACA EXPUESTOS Y FUE INSERIBLE LA CANTIDAD, EMERGENCIAS Y ALGUNOS QUE SON TANTO ARTISTAS COMO ALICIA.

**ILUSTRADORES**

**@paulinaapp**  
"Illustrator | Graphic Designer | Comics artist"

**@heymata**  
"Nauta - Nauta Acevedo"

**@curisaris**  
"Illustrator from Chile | Speaker fan"

**@viviendabmundo**  
"Artist sudamericano, Handpaper"

**@jopase.dd**  
"1996, Chile, ESPINOZA | Illustrator and full time chihuahua [Akwaword]"

**@chiquiLewei**  
"Chile | Español/English"

**@maggie.akawa**  
"Industrial designer, self taught illustrator & chocolate eater"

**@maki\_illustra**  
"Illustrator and graphic designer"

**@hepinoquata.exe**  
"Quito @gustomabac."

**@namapan**  
"Nauta | Chile"

**@pez\_moreno**  
"Freelance illustrator & visual artist (24 | Nonbinary) | They/them | pronouns: she/they"

**ILUSTRACIONES**

**@curisaris**

**@hepinoquata.exe**

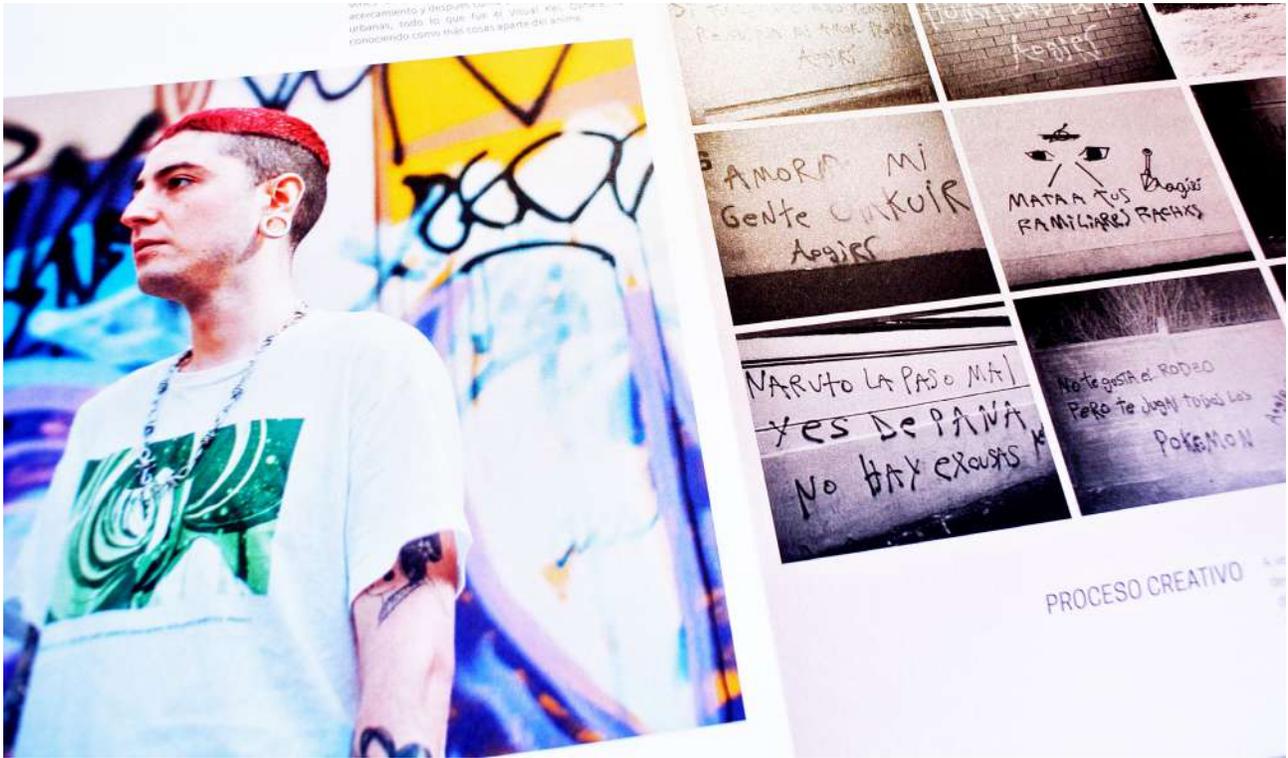
**@maki\_illustra**

"Hay muchas cosas que me inspiran, en cuanto al contenido por ejemplo, me inspira la gente y la calle misma, viajar en metro o en metro, ver a la gente, sus rasgos, como se visten, sus actividades y oficios. En cuanto a la visual, siempre me llama la atención la estética de los mascotas japonesas, así como para todo: tren, mascotas, estaciones de tren, estaciones de policía."

**@maki\_illustra**







## CAPÍTULO II: MATERIALIZACIÓN ESTÉTICA

Libro de 20x23cm (34 páginas)

Portada negra brillante con impresión negra.

Encuadernación Japonesa



◆ AL FINAL, TU DEMOSTRA QUIEN ERES A TRAVÉS DE LAS COSAS QUE HACI, NO DE COMO TE VESTI, SI LLEVA MAQUILLAJE O NO.

1998/09/12/26

#02.0 MAT. EST.

**DOMINIQUE ACUÑA**  
@leyladopp

*DE LA CRITICA AL ESTILO PERSONAL*

Dibujar es liberador, yo soy persona expresandome con palabras, sobre todo cuando estoy mal o algo así. Entonces, cuando dibujo, le hago, le doy cosas, cosas que me sirven para desenvolverme, dibujar. Me siento muy tranquilo. Las cosas que estoy más tranquila es cuando estoy mal o en un momento, un momento en que me da a pensar un evento, estar ahí con mi música o en particular de fondo dibujando es muy relajante. Es de los pocos momentos que puedo decir que estoy realmente tranquila.

RECOMA Sakura Cardaptor L'Oréal Paris

**JAPON EN CHILE**

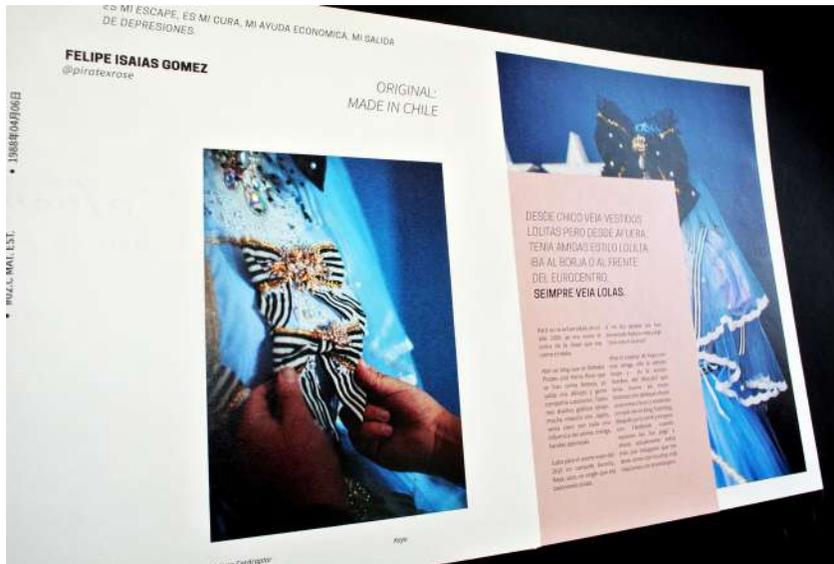
Ahora era super difícil encontrar contenido. A mí me empezó a interesar todo lo que era japonés, la música y el anime en una época en la que el internet de casa era pobre y para mi familia era inalcanzable. Entonces yo iba a internet, pero era una hora más aburrido a ver eso. Por eso era super importante los amigos que tenía, mis amigos que también eran, siempre me recomendaban grupos o me decían "¿quieres ver esto?" y yo con eso iba al club a buscar. Y cuando aparecí pedían que empezara a hacer cosas, pero antes era buscar los DVD en el 800 Store o las ferias. Te tenías que mover tanto solo para encontrar contenido de anime y música, y el contenido de moda era aun más difícil de encontrar.

Las personas se empezaron a dar cuenta que las cosas kawaii no necesariamente teni que ser otaku para disfrutarlas.

Ahora comenzaron a salir estas tiendas kawaii. Antes solo estaba el "800 Store" especializado en el extranjero. Por eso mismo ahora hay tantas facilidades para encontrar cosas, ya sea en los Instagram, blogs. Se le ha dado mucha más cobertura.

También he visto que ahora hay cada vez más flexibilidad respecto a un hombre usando maquillaje y sobre todo en las grandes ciudades. Cada vez se va más ropa anime. Desde mi Facebook sí pueden poner un poder ser más con un unicornio y ahora a un señor le va a ir lo mismo a estar en la sección de mujeres, se le va a comprar y le va a lucir.





AL FINAL, TU DEMOSTRAI QUIEN ERI A TRAVES DE LAS COSAS QUE HACI, NO DE COMO TE VESTI, SI LLEVAVI MAQUILLAJE O NO.

**DOMINIQUE ACUÑA**  
@leyladopp

**DE LA CRITICA AL ESTILO PERSONAL**

Dibujar es liberador, yo soy pibita expresandome con palabras, todos todos cuando estoy mal o algo así. Entonces cuando dibujo, si bien, son cosas chistosas me sirven para desahucarme, distrazarme. He sido muy manipulada, las veces que estoy más manipulada es cuando estoy mal en un dibujo, un momento a la para la o para un momento, está de un momento a un momento de fondo dibujada es muy relajante. Es de los pocos momentos que puedo decir que estoy realmente tranquila.

RECOMA: Sofora Cardopeter | @lcr-wr-Gal

**SOBRE ESTILO PERSONAL**

La gente cree que madurar tiene que ver con como te ves, cuando maduras es un momento mental. Porque yo me puse a vivir con un tipo cuando me voy a un viaje extranjero y colaciones con cosas y ver una adulta completa hecha y derecha. Entonces entre esa relación de que una vez que llega a cierta edad y eres adulta, ya no puedes dudar con respecto a las decisiones de moda. De hecho yo creo que es todo lo contrario, cuando eres adulta tienes que acompañar esas cosas, tener el poder adquisitivo. Si quieres comprar un vestido de 2 mil de agosto, tienes que hacerlo bien.

Yo que tengo 23, recién ahora estoy tomando más decisiones sobre que cosa me gustaría poseerme, como me gustaría poseerme, manipulando. Cuando era niña, como con ese prejuicio de que me podían hacer algo en la calle y me podían decir algo.

Además, las redes sociales, yo los encuentro una maravilla, porque puedes seguir a los influencers de Japón, yo sé a cuáles de modistas alternativas de allá y voy sacando ideas de vestuario. Ahora también es mucho más fácil poder cosas de afuera al igual que seguir a Japón. Eso es algo que ha cambiado de cuando yo era niña, que solo teníamos Instagram, ahí de repente hablan grupos que cubren cosas de moda, pero era todo muy enfocado en el Visual Net, Chinese Net, todo lo que era la moda de los carteristas japones.

**AHORA LA MODA JAPONESA ES ALGO SOLO PROPIO DE LOS OTAKUS.**

**NUEVA ESTETICA CHILENO JAPONESA**

Yo creo que todavía no llegamos, pero vamos por acá, todavía estamos en una etapa de aprendizaje por acá, tomando por acá.

Japón para mí Chile siempre ha sido super sofisticado sobre todo viviendo acá en Santiago, encontrar muy pocas cosas que digan "oh, esto es 100% japonés". En general lo que ves en un región, pero no es algo que puedas llevar a la moda chilena actual. Podría decirte que hay pocas cosas de eso. Por lo mismo la gente le está buscando estilo que para poder seguir la moda japonesa son los colores, cosas básicas, van al rojo, al azul, al blanco. Son que son un poco gente bastante en la calle y son cosas que he dicho "¿cómo que infame?", ¿qué? ¿cómo puedes ser dominada por ellos? Hay una necesidad por recibir un cierto estímulo, van ciertos colores que solo lo encuentran en el Japón.

Entonces, yo creo que todavía está en camino, como proceso de crear una identidad, vamos en camino a lo que sería como un estilo chileno más japonés. Yo me imagino todo en los influencers, que algunos todavía son muy japoneses, pero de a poco voy viendo algunos que más que dibujar anime, a su estilo le mezcla efectos y colores que vienen de este mundo.

### **CAPÍTULO III: PARTICIPACIÓN EXPERIMENTAL**

Libro de 21,6 x 27,9 cm

Formato Carpeta desplegable con cuadernillo al interior

Portada blanca brillante con adhesivos holográficos





# **CONCLUSIONES**

## **6.1 ESTRATEGIA DE DIFUSION E IMPLEMENTACION**

Entendiendo que en la actualidad los referentes para la experimentación estética son obtenidos principalmente mediante la redes sociales, Instagram corresponde al medio de difusión a elección.

Como se explica anteriormente, el objetivo consiste en crear una comunidad que funcione como red de apoyo. Para ello se propone no solo dar la oportunidad de incentivar la interacción entre lectores, sino que también tener una participación activa en el que se dé a conocer a los miembros de la editorial. De esta forma, se busca que los seguidores pasivos recurran a través de este medio por consejos y apoyo al momento de iniciar este tipo de actividad.

## 6.2 PROYECCIONES Y FINANCIAMIENTO

Considerando las propiedades y características propuestas en los libros de este primer tomo dedicado a Japón, el cual involucra un alto nivel de trabajo manual independiente debido al uso de folias, calados, partes diferenciadas y encuadernación manual, se propone como una publicación de tiraje reducido de 200 copias. Para efectuar su producción y continuo desarrollo se requiere de medios de financiamiento externos, entre ellos se podría considerar:

### FONDART NACIONAL DE FOMENTO AL DISEÑO

Fondo concursable que entrega recursos a proyectos particulares, siempre mediante convocatoria pública abierta a la comunidad artística, a la mediación cultural y a la conservación patrimonial. Dentro de los ámbitos que contempla el proyecto acata en artes visuales y diseño.

### DONACIONES CULTURALES POR LA EMBAJADA DE JAPÓN EN CHILE

Programa que se le ofrece los países en desarrollo para promover las actividades de cultura, educación e investigación.

### FONDO DEL LIBRO Y LA LECTURA

Entrega financiamiento total o parcial para proyectos que desarrollen formatos innovadores relacionados con el libro, la lectura y/o escritura, que faciliten el acceso y fomenten la generación de contextos inclusivos, a través de lenguajes multimodales y estrategias que incorporen como elemento principal las nuevas tecnologías.

Para que ULTI CULTZINE pueda proyectarse, es indispensable construir a futuro un equipo multidisciplinario. Con el objetivo de abarcar futuras temáticas culturales de forma más completa y con mayor experimentación, optar por un equipo de personas con distintas habilidades y puntos de vista pero con la misma pasión e inquietudes por el ser humano y sus formas de expresión enriquecería y permitiría evolucionar esta propuesta de formato artesanal y voluntaria, a una estructurada con la capacidad de remunerar a artistas. De esta manera, tener presupuesto para crear instancias experimentales de mayor escala.

El éxito logrado en la colaboración del tercer capítulo demuestra el interés que existente incluso por personas que no necesariamente pertenecían al grupo estudiado. Se demuestra que esta temática artística sociocultural es capaz de movilizar a diferentes creadores nacionales y generar proyectos colaborativos a futuro.

Hacia futuro se podría optar a trabajar junto a editoriales nacionales que posibiliten la publicación de material experimental de esta índole. Dentro de estos, Naranja Librería, quienes crean comercializan y distribuyen libros de artistas, libros objetos y publicaciones experimentales.

Es importante recalcar que a pesar de que el proyecto fue aterrizado en formato impreso, este se proyecta como una identidad activa en redes sociales, donde los miembros de la editorial se vuelvan moderados de espacios interculturales y expresión artística. Junto a ello, los recursos explorados como el AR podrían ser aprovechados de forma que los libros desarrollados se vuelvan verdaderos intermediarios de las experiencias físicas y la difusión digital.



## 10 CONCLUSION

Frente a una sociedad cada vez más mediatizada, donde las identidades se vuelven construcciones cada vez más libres, el proyecto nace de la oportunidad de poder inspirar y guiar a aquellos que poseen inquietudes por explorar su estilo personal.

Los recuerdos recopilados en el primer capítulo tuvieron gran aceptación dentro de círculos cercanos, causando reacciones como risas y respuesta nostálgicas frente a series que se habían olvidado. Despertó conversaciones y debates sobre qué ha causado esta cultura a nivel nacional.

La oportunidad de conocer las experiencias de distintas personas permitió apreciar y poner en valor formas de arte y expresión personal que se están desarrollando.

Por último, el trabajo permitió llevar a cabo distintas colaboraciones, logrando efectivamente unir parte de la comunidad. El capítulo experimental logró incluso motivar a personas que no corresponden a seguidores de la cultura japonesa a involucrarse, permitiendo armar un equipo interdisciplinario e intergeneracional.

Si bien el proyecto no pudo implementarse a un alcance de alto impacto, demostró la existencia de personas interesadas por la interculturalidad, las formas de expresión y los relatos. A través del cual el diseño no solo funcionó como medio de comunicación, sino que formuló y creó experiencias nuevas para todos los involucrados.



# **ANEXOS**

## BIBLIOGRAFÍA

Across (2017). Tokyo Street Fashion and Culture: 1980-2017. Recuperado de <https://artsandculture.google.com/exhibit/ogKCPmGdPtB7lw>

Alsina, M. R., & Bravo, P. M. (2006). Posmodernidad y crisis de identidad. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, (3).

Arcano. (2019). Izumo no Onoki. Recuperado de <https://www.arcanoescenicas.org/paraposteo/izumo-no-okuni>

Bebe Taian (2 de septiembre, 2012). Founder of Visual Kei: X. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://bebetaian.blogspot.com/2012/09/founders-of-visual-kei-x.html>

Bernete, F. (2010). Identidad e integración de los jóvenes en el mundo adulto en la era de la cultura digital. *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social" Disertaciones"*, 3(1), 59-79.

Cordón, J. A., & Jarvio, A. O. (2015). ¿Se está transformando la lectura y la escritura en la era digital? *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 38(2), 137-145. doi: 10.17533/udea.rib.v38n2a05

Corredor, J.A., Pinzón, O. & Guerrero, R. (2011). Mundo sin centro: cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital. *Revista de Estudios Sociales*, (40), 44-56.

Cramer, F. (2015). What is 'Post-digital?'. In *Postdigital aesthetics* (pp. 12-26). London: Palgrave Macmillan.

Dannygore. (24 de junio, 2010). Opinión de las tribus urbanas. [Mensaje en Blog]. Recuperado de <https://dannygore.blogia.com/>

Fandom. (2019). Series transmitidas por ETC. Recuperado de [https://doblaje.fandom.com/es/wiki/Categor%C3%ADa:Series\\_transmitidas\\_por\\_ETC?from=G](https://doblaje.fandom.com/es/wiki/Categor%C3%ADa:Series_transmitidas_por_ETC?from=G)

Fortea, D. (2012). Re-configurando la estética, el género y la "japonesidad": el visual kei como alternativa a las dicotomías sancionadores masculino/femenino y japonés/no japonés. *Puertas a la lectura*, (24), 71-96.

Valderrama, C. (10 de septiembre, 2011). El apoteósico debut de X Japan en Chile. En *RocknVivo*. Recuperado de <https://rocknVivo.com/el-apoteosico-debut-de-x-japan-en-chile/>

Viste la Calle (25 de julio, 2016). Así estuvo la 8va edición de Harajuku Fashion Walk en Santiago. *Viste la Calle*. Recuperado de <https://vistelacalle.com/166809/asi-estuvo-la-2da-edicion-de-harajuku-fashion-walk-en-santiago/>

Yabai. (19 de febrero, 2018). The Life and Work of Izumo no Okuni. Recuperado de <http://yabai.com/p/4170>

Yeux du Khaos. (2011). Hara Hook. Recuperado de <http://yeuxdukhaos.blogspot.com/search?updated-max=2011-09-10T11:41:00-07:00&max-results=7>

Gandolfi, F. Á. (2018). Fanatismo y voracidad cultural. Una relectura de los debates sobre el omnivorismo. *Universitas Humanística*, 85(85).

Japan Guide. (2019). Traditional Theatre Kabuki. Recuperado de <https://www.japan-guide.com/e/e2090.html>

Klens-Bigman, D. (2010). Las mujeres guerreras del teatro kabuki y el legado de las artes marciales femeninas de Japón. *Revista de Artes Marciales Asiáticas*, 5(2), 139-152.

Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas* (Vol. 40). Universidad Iberoamericana.

Márquez, I. V. (2008). Comunidades virtuales en tiempos de flujos: el caso de Second Life. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 13, 183-193.

McBull, D. (24 de Mayo, 2014). La convocatoria de Harajuku Fashion Walk. *Bows*. Recuperado de <http://www.bowsmagazine.com/2014/05/la-convocatoria-de-harajuku-fashion-walk.html>

McLeod, K. (2013). Visual kei: Hybridity and gender in Japanese popular culture. *Young*, 21(4), 309-325.

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

Minowa, T. (2005). *The creativity of contemporary Japanese artists within the context of Japanese and\* Western aesthetics*. New York University.

Miras, M. (2000) Reflective writing. Learning to write and learning about what you write, *Infancia y Aprendizaje*, 23:89, 65-80, DOI: 10.1174/021037000760088099

Perillán, L. (2009). *OTAKUS en Chile*. Universidad de Chile.

Perillán, L. (2011). *Otakus: principios narrativos y perceptivos de la japonización*.

Reyes-Navarro, J. N. (2014). Protecting cultural authenticity: Identity and the creation of tradition in the Japanese-Chilean community. *The University of Utah*.

Robertson, J. (2 de marzo, 2017). Japan's gender-fluid history. *Pink News*. Recuperado de <https://www.pinknews.co.uk/2017/03/02/japans-gender-fluid-history/>

Rubbish Famzine. (2019). *Mirador*. Recuperado de <https://www.thisismirador.com/rubbish/>

Travesedo de Castilla, C. (2014). Interculturalidad e información internacional. El gran desafío en el Siglo Mestizo/Interculturality and International Information. The big challenge in the Mixed Century. *Historia y Comunicación Social*, 19, 539-550.

Trujillo, A. (2013). Superflat o el carácter híbrido de la cultura japonesa según Takashi Murakami/Superflat or the hybrid character of Japanese culture according to Takashi Murakami. In *Anales de Historia del Arte*, 23, 67-77.

Youtube. (2017). *La Historia del Kabuki*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=tT6JyRGXHlk>

## **ENTREVISTA DIEGO @AOGIRINOKI**

Me llamo Diego, tengo 24 años. No se muy bien en que momento habré empezado a como a conocer sobre la cultura oriental pero creo que debe haber sido como a los 7, 8 años, como a través del club de los tigrillos. Las series de anime ahí en la tele. Yo creo que ese fue mi primer acercamiento y después como con el auge de las tribus urbanas, todo lo que fue el visual kei, oshare, y todo eso. Ahí fui conociendo como mas cosas aparte del anime, estilos y eso.

### **¿Ha influenciado quién eres ahora?**

Mm... si, osea, en parte igual creo que del anime hay varios valores como que transmiten ciertos programas, que creo que formaron mi forma de pensar. Cuando era mas chico, y ahora también en la estética que llevo, las cosas que me gustan.

### **¿Tu dirías que la cultura japonesa es parte de tu identidad? ¿Sientes pertenencia sobre ella?**

Mm... Igual soy como. No me gustan tanto jugar con el rollo de la identidad, identificarme con algo, pero si es algo que me atraviesa obviamente lo que soy.

### **Hay personas que no se sienten con el derecho de sentir pertenencia, ¿qué crees tu de eso?**

No, no. No me siento como no con el derecho de usar ciertas cosas, porque tampoco es como que las ocupa así no mas. Igual las digiero, las paso por las cosas que me gustan, las mezclo y como sale un producto nuevo que es distinto.

### **En tu punto de vista, ¿Cómo ves que ha cambiado la influencia de Japón en el país?**

Si, caleta! Sobre todo en lo que es el anime y últimamente la música también. Influencia en artistas como musicales, estética, vestimenta, en todo el mundo de lo que es el arte. También en otros programas, en todo se hace como referencia, en la internet misma, los memes, en todo aparece el anime y la cultura japonesa.

### **¿Cómo difiere la influencia de los distintos orígenes asiáticos, por ejemplo entre la japonesa y la coreana?**

No creo que sean similares, igual son distintas. La gente como que le según tengo entendido que esta mas metida en esos nichos, lo tiene bien separado. La gente como que escucha kpop puede que no tenga nada que ver con el anime o la cultura japonesa y solo le gusta esa estética. Y de hecho quizás le ofende que se confundan con los otros. Pero hay gente como a mi que le gusta agarrar como cosas de todos lados, de lo que me va pareciendo atractivo.

### **Hablando de la reinterpretación de costumbres, estilos, estéticas, ¿crees que existe un estilo estético urbano chileno japonesa? ¿Existe actualmente?**

Si, osea yo creo que en el tiempo de las tribus urbanas era muy notorio lo del visual kei y todo, el otaku también. Pero ahora si existe como una estética urbana como japonesa chilena que tiene mas que ver en a actualidad con influencias del trap igual. Osea veo ahora gente con una estética más del trap, del rap, pero que agrega cosas japonesas y también coreanas. Mucho de la estética de los cantantes de kpop igual se atraviesa.

### **¿Dónde se puede encontrar esta influencia?**

Que difícil igual, no se si como u lugar. Los jóvenes yo creo, y la gente que principalmente esucha trap yo creo, y como que va a estas fiestas se pueden encontrar como mucha gente con un estilo mas como chileno japonesa.

### **Y esta estética del trap con cosas orientales que mencionas, ¿cómo la describirías?**

Quizás como unas zapatillas muy llamativas, como deportivas... ¿cómo se llama esto? Air Max! Balenciaga... una base como grande nose jaja, como plataforma. También como buzo igual y generalmente como lo mismo que se podría encontrar en un trapero pero quizás con una polera de algún anime, o el buzo con algunas letras japonesas también, el gorro cachai? También esta el uso de como estos gorros como con cositas. (refiriendose a colgantes en el jockey).

### **En tu caso, ¿Cómo describirías tu estilo? ¿Qué integras tu de estas influencias?**

Yo creo que el uso de chapitas me gusta. Ropa que haga alusión a cosas, como poleras de anime. No se, no sabría como decirlo jajaja.

### **¿Hacia donde crees que se dirige este tipo de modas y estéticas influenciadas por otros países? ¿Cómo crees que sea en 10 años más?**

Ah yo creo que cada vez mas se va a como mezclar mas, no va a parecer ya nada del estilo como ortodoxo que aparecía en un principio, sino como mezcla de todos lados, de distintos países, agarrando como lo que sea tendencia.

### **¿Qué opinas de la gente que se pone limitantes a la hora de experimentar con su estética personal?**

No se, si ellos se quien poner esos limitantes esta bien quizás. No se, pero yo encuentro que igual es un estilo que puedes sacar a la calle todos los días, que hay gente que vive en eso, no lo considero extremo, es como lo que te gusta po... no se, autentico. Me parece bacán y yo creo que en Chile igual es difícil, es terrible difícil porque en Japón igual tu salí a la calle vestido como querai y nadie te va a decir na po... acá te gritan cosas, te violentan, te pueden hasta pegar cachai? Y se reduce caleta ese tipo de expresión, pero igual yo creo que cada vez la gente más se atreve no más. Veo las tribus de ahora por ejemplo y veo como no se, la gente kpop que baila y tiene unos estilos bacanes con el pelo teñido, con unas ropas extravagantes, igual se están atreviendo más y la gente como que espero que empiece a cachar en algún momento que es normal no mas, que lo valide. Yo igual en mi estilo personal algunos días ando mas piola, otros días ando mas producido, depende de cómo me siento igual y se nota la diferencia po... en la calle. Andai con más miedo también. Yo igual creo que hay que tener mucho coraje y valentía como para hacerlo.

### **¿Cómo partió todo esto?**

Partió como en las tomas feministas del año pasado, igual es reciente. Bueno empezó en las tomas feministas que al principio eran separatistas, yo igual no me identifico con un genero pero se respetaba ese espacio de identidades femeninas que se le levantaban como mujeres, que yo tampoco me siento participe de eso. Entonces respetando ese espacio empecé a pensar formas en que yo podría apañar po. No desde ahí, como era un espacio separatista, pero que si pudiera hacer algo, siempre había estado interesado también como en rayar no tan artísticamente porque no se dibujar mucho tampoco, pero más como el vandalismo me gusta igual jajaja. Y dije yapo voy a rayar consignas y al principio eran mas como solo feministas o aludiendo a eso, y después dije: voy a agarrar las weas que me gustan a mi porque esta pelea como del feminismo tiene muchas aristas y hay una que es mas global, y a mi me interesa más como politizar un espacio mío, que sería como el otaku ponte tu que es lo que me gusta, como el anime, cachai? Y decir ya desde aquí, de donde lo que a mi me gusta, desde mi gente cachai, traer estas conversaciones y estas peleas. Son los espacios que a mi me apañan, que es mas cercano, que es mas real como con lo que yo me siento también.

### **¿Cómo ha sido recibida tu arte? ¿Por que crees que convoca a tanta gente?**

Yo creo que a lo que apunte era igual gente... Yo no era el único, yo y mis amigos también teníamos las ismas inquietudes y pensábamos como: puta el anime es bacan y nos gusta pero tiene weas como violentas que no nos apañan. Los espacios de los eventos de anime tambien, esta el cosplay y hay caleta de acoso en esos espacios tambien. Y fue como puta queremos hacer algo y justo salió muy como presente la figura del otaku como facho... y que era como un fanático de Cast y que salía como hablando con carteles de anime y nosotros dijimos como ya la wea fome... como que se vay se va altiro a asumir que la gente que ve anime es como facista. Y fue como no po, hay que hacerle la contra a esta wea, y yo creo que había caleta de gente como que pensaba lo mismo, que vacilaba el anime mas o menos cerca y tambien tenia como inquietudes políticas al respecto.

### **Cuando sales a rayar, ¿Cuál es el proceso?**

Osea, soy solo yo como el aogiri, como que rayo yo la wea. Pasa de todo. A veces estoy carretiendo y es como, ya ando con mis latas y mis weas y me devuelvo pa la casa rayando. El proceso como creativo a veces se me ocurren 'durante el día, las anoto como ya esta mme gusta, quiero rayarla... y otras veces en el momento rayando digo 'ah ya se me ocurrió'. Como que me pasan ambas cosas.

## **ENTREVISTA FELIPE @PIRATEROSE**

### **Cuéntame un poco de ti y de tu historia**

Me llamo Felipe Isaías Gómez, pero mas soy conocido como PirateRose y antes era HeroRose, pero por un problema de Facebook como que se me borro el nombre jajaja y no pude usarlo mas. Tengo 30 años, soy licenciado en diseño grafico pero no hago nada de eso, absolutamente nada jaja. Eh... estuve un tiempo dedicándome al diseño de vitrinas y actualmente me dedico solamente a diseñar ropa lolita. En la calle banderas, hice muchas cosas como transversales y un día vinieron a romper la vitrina cuando hice un cura jajaja. Un cura con unos niños, el cura tenia cara de monstruo representado todo y los niños salían a pedir dulces con él, fue muy brigido. Pero la gente inteligente entendio el mensaje, los religiosos querian romper la vitrina.

### **¿De dónde partió tu influencia con esta cultura?**

Partí en la universidad, en el año 2009. Venía claro con toda una influencia del anime, cosas que yo tenia acceso a internet. Tenia acceso en el año 2004, que casi nadie tenia acceso, era muy difícil. Uh muchos años. Ahí parti po, viendo bandas de Japón, el mismo anime, manga y como que empece a tener relaciones con personas de otros países. No directamente con Japón, si no que como de Argentina compartían el mismo gusto, Perú, ya lo mas lejos asi como Estado unidos. Y ahí yo parti con un blog que se llamaba Pirates and Heros Rose, y que lo había comentado con un amigo que había venido de España, que el alla es diseñador de moda. Y le dije: Ay sabi que tengo ganas de hacer un blog y dedicarme, y pensamos nombres entre los dos. Y el blog se hizo po y era entrecomillas famoso, porque la gente compartia cuestiones y yo subia asi como mis dibujos y diseños graficos. Mis diseños graficos tenian mucha relación con Japón. Era como el único de la clase que era como el otaku. Ya, y después, en el 2010 habia un anime expo y con una amiga dijiimo: "Ay vamos como con algún traje!", pa no ir tan fome po. Y la cosa es que justo ese año el cantante que a mi me gusta que es Kaya, japonés, saco un single que era totalmente pirata y a mi los piratas me han encantado toda la vida y dije: "ctm esta es la mia!" jajaja. Asi que hicimos el cosplay de Kaya, ella la versión mujer y yo la versión hombre. Y ahí descubrí que tenia manos pa cocer po, mi mamá también sabia cocer y yo trabajaba en un taller de costura. Entonces ahí me ayudaron a armar la chaqueta, las camisas, toda la cuestión. Y ahí con mi amiga hacíamos a mano los accesorios. Estuvimos como dos meses lesiando. Invertimos mucha plata, como 150 mil pesos cada uno y uno no trabajaba po, era como mendigar plata a los papas. Y ahí descubrí que tenia manos pal piano po. Entonces ahí me dedique yo a hacer accesorios chicos y venderlos a través de este blog. Este blog después yo lo cerré y empece con Facebook y ahí puro Facebook, porque ya ahí el blogspot estaba muriendo, ya casi nadie lo veía asique dije Facebook es la mía. Y claro de ahí fue naciendo las 'fan page', apenas salieron yo me hice altiro una, y ahora actualmente estoy más con Instagram. Que eso me tiene como con muchas mas relaciones con el extranjero. En todo caso mi boom viene en el año 2012. Esta ese programa de la NHK Kawaii International, una cuestión así, y van como en el tercer episodio y sale un concurso. Que era de "haz tu ropa" y teni que mandar una foto de tu outfit entero, la mandái y te daban como premios y menciones. Yo dije: "Oh que voy a mandar lo mio si las europeas y las asiáticas me pegan como mil patadas"... y saque la foto po. Mi cuñada me ayudo a tomar las fotos, las hicimos como en el patio jajaja, yo adorne todo como con jaulas, rosas, yo me maquille entero... bueno en ese tiempo estaba mas delgado jajaja, entonces era otra persona. Pero mande la foto po, y no me acorde que lo había mandado. Ese mismo día tenia una sesión de fotos con una amiga en la maestranza y ella como estaba mas conectada con internet, ella llegó a la casa ese día y estuvimos juntos hablando del programa y yo no me acordaba. La cosa es que después me manda un mensaje y me dice "oye estai como en la televisión japonesa!", y yo estaba así como "wtf". Me metí a Facebook y se empieza a llenar de mensajes tu tu tu. No alcance a ver el programa, tuve que esperar. El programa salía a las 9 de la noche, tive que esperar hasta las 3 de la mañana para poder verme. Y claro po, voy viendo y salgo yo CHILE! Jajaja. Y ahí la gente me empezó a conocer en Asia, ese fue como mi boom. Y claro después el programa me mando un correo preguntado si de verdad yo me había hecho la ropa. Yo no gane el concurso si, pero me dieron una mención. Como que el único hombre que había participado y de estilo príncipe, y toda la cuestión. Me escribieron los gerentes del programa y después tuve una entrevista con ellos, vía Skype y toda la cuestión. Ellos estaba como en una mesa y eran unos viejos, y yo no sabia ingles asique tuve que llamar a un amigo. Mi amigo me hacia de interprete y yo era como muy divo jajaja. Y ahí ellos vinieron a hacerme una entrevista aquí en Chile, y ahí empecé a vender internacional.

### **¿Cuándo partió todo esto de diseñar ropa lolita?**

Todo partió desde chico, veía los vestidos lolitas pero desde afuera. Entonces yo tenia como amigas estilo lolita. Aparte veía a mucha gente, porque iba al Borja y afuera del eurocentro, siempre via lolas. Yo ahí no estaba interesado po, pero si fue en el 2019 que dije ah tengo dedos para esto, para hacer cosas. No me acuerdo cuanto tenia, como 23 años... Pero siempre tenia una relación con el anime mas que con la moda.

### **¿Tu dirías que la cultura japonesa es parte de tu identidad? ¿Sientes pertenencia sobre ella?**

Si, totalmente. Tengo una relación con Japón desde muy chico, entonces viendo anime y después ya no solo era eso, era

música, después era moda, después era un poco más relacionarme con gente de allá o chilenos que se han ido pa allá siempre he tenido una relación con ellos. Hablando siempre me pregunta "cuando vas a venir?". Así que mi relación con Japón es total.

### **¿Hay personas que no se sienten con el derecho de sentir pertenencia, que crees tu de eso?**

Yo creo que cada uno esta con su opinión. Peero por ejemplo si a mi me preguntai si tengo algo de Japón si, y lo he corroborado. Esta la señora Keiko en independencia, es una señora japonesa que vende telas, muy amorosa que es diseñadora en vestuario y todo el mundo la conoce. Y ella la primer vez que me vio dijo "Kawaii!" jajaja. Y ella me dijo "Oh estos vestidos yo los he visto en Japón! Esto es muy japonés! Muy hime, hime" y yo dije "Si claro!". También me había visto en el programa, NHK todos lo ven, entonces due muy loco. Y me preguntan, "de donde viene esta moda?" Y digo de Japón porque no nació aca en Chile, yo me apropié de la cultura japonesa, me la taje pa acá y la expando para diferentes países.

### **¿Tu dirías que la cultura japonesa es parte de tu identidad? ¿Sientes pertenencia sobre ella?**

Si, totalmente. Tengo una relación con Japón desde muy chico, entonces viendo anime y después ya no solo era eso, era música, después era moda, después era un poco más relacionarme con gente de allá o chilenos que se han ido pa allá siempre he tenido una relación con ellos. Hablando siempre me pregunta "cuando vas a venir?". Así que mi relación con Japón es total.

### **¿Hay personas que no se sienten con el derecho de sentir pertenencia, que crees tu de eso?**

Yo creo que cada uno esta con su opinión. Peero por ejemplo si a mi me preguntai si tengo algo de Japón si, y lo he corroborado. Esta la señora Keiko en independencia, es una señora japonesa que vende telas, muy amorosa que es diseñadora en vestuario y todo el mundo la conoce. Y ella la primer vez que me vio dijo "Kawaii!" jajaja. Y ella me dijo "Oh estos vestidos yo los he visto en Japón! Esto es muy japonés! Muy hime, hime" y yo dije "Si claro!". También me había visto en el programa, NHK todos lo ven, entonces due muy loco. Y me preguntan, "de donde viene esta moda?" Y digo de Japón porque no nació aca en Chile, yo me apropié de la cultura japonesa, me la taje pa acá y la expando para diferentes países.

### **Todo el tema de la fabricación, ¿Cuál es el proceso?**

El proceso, yo parto primerp siemore viendo las diferentes marcas de Japón, aunque ahora igual hay artas marcas chinas. De Japón se expandió a China, a Corea, hay muchas comunidades lolitas. Y siempre estoy como atento a las diferentes marcas no solamente japonesas, de los diferentes países, para ver la competencia y que estan haciendo. Veo ls tendencias, porque ahora yano solo se hacen vestidos cortos, tambien se hacen largos. Entomces yo para mantenerme a la vanguardia, tengo que ir renovándome siempre. Veo las cosas, voy a independencia, y ahí estoy toda una mañana. Buscando telas, materiales, a veces encargo de afuera. Todo lo hago como en la cabeza, nunca dibujo nada. Digo: "tengo esta tela, tengo este material... ya vamos." O por ejemplo llega un cliente y me dice " quiero tener un vestido todo lila", entinces yo voy, busco puras telas lilas tu tu tu y de ahí hago un diseño. No dibujo, no cráneo, no pienso tengo que comprar tantos metros de tela, llevo y compro. Si sobra, sobra y si falta me las arreglo con otra tela. Asi soy. A veces voy por rosa y veo un material muy bacan, así como un macramé y digo ya lo necesito. Derrepente no lo uso, de repente lo uso, o de repente tengo que ir a buscar más. O a veces lo dejo botado, hay mucho material que dejo botado. Se lo regalo a señoras que necesitan hacer costura. Ahora le tengo una bolsa llena a una señora que hace como talleres de muñecas y las viste como lolitas. Entonces le dije que le iba a guardar todos los materiales que no vaya ocupando porque ella como le hace talleres a señoras de la tercera edad, falta presupuesto y le sirve arto. Ese es mi proceso creativo, no soy así como mágico, que tengo un libro y voy escribiendo y dibujando.

### **¿Cuánto te demoras en general?**

Dos días, dos tardes. Por ejemplo, hoy en la mañana voy a independencia, rosas, llevo almuerzo, saco las maquinas y me pongo a cocer altiro. En la tarde armo la parte de abajo y el día siguiente la parte de arriba. Y en la noche coso todo lo que es a mano. Hay unas diseñadoras que se demoran como dos meses. Pero ya con la costumbre. Obviamente para los primeros diseños para mi eran lo máximo, pero eran horribles! Y muy mal cocidos, y me demoraba caleta. Ahora como que llevo y tu tu tu, altiro. Deberia algún día hacer una comparación de mis vestidos antiguos y mis vestidos de ahora. Yo veo a los diseñadores y me da como envidia porque todos ilustarn tan bonito y usan lápices tan caros, y yo aquí el pobre de los diseñadores jajaja. La gente me pregunta "en verdad lo hací así?¿Te demorai tan poco? Si son los medios vestidos...".

### **En tu punto de vista, ¿Cómo ves que ha cambiado la influencia de Japón en el país?**

Ahora con este tema del internet y las redes sociales como que tenido un monton de acceso a cosas. Antes de los cantantes que me gustaban solo los podía escuchar si bajaba la canción y listo. Ahora esta Youtube, podi ver los videos, y seguirlos en sus cuentas. Aparte tu vei una cuestion que te gusta y listo, te lo haci tu mismo, no teni que encargarlo de afuera. Como que nates para las lolitas, mi mejor amiga fue una de las primeras lolitas en Chile, como del año 2002, cuando no existía nadie. Ella se hacia sus vestidos y fue la primera en comprarse un vestido directamente de Japón, desde la tienda. Ahora los últimos tiempos que se compro vestidos se demoro nada en comoraselo. Tu la veías y era como un anime caminando, era brigida. Siento que ahora, aparte tener algo de Japón es tan fácil, o ver un cantante que venga es super normal ahora. Cuando vino Miyavi, fue como la revolucuión de todo, estaban todos vueltos locos. Yo no fui porque no era mi estilo. Pero cuando vino mi cantante dije "este weon no va a venir nunca" y vino, fui la persona mas feliz del mundo. Entinces super fácil ahora tener como esos tipos de acceso, que antes uno pensaba "cuando voy a tener algo original". Ahora para mi tener algo original de Japón es como muy fácil. Antes uno se emocionaba. Yo me emocionaba arto cuando tenia un manga o figurita de Sakura Card Captors, yo soy muy fan. Que me llegara algo de Sakura yo lloraba sangre jajaja. Cuando era chico mi mama igual iba al eurocentro y me compraba posters de mis animes favoritos, y niquiera era de Japón eran chilenos. Pero es algo que tenia la imagen de Japón.

### **Hablando de la reinterpretación de costumbres, estilos, estéticas, ¿crees que existe un estilo estético urbano chileno japonesa? ¿Existe actualmente?**

En realidad es súper segregado ese público. Las lolitas a veces igual se parecen a las huasas jajaja. Derrepente la gente mira y me preguntan si son vestidos de huasa. Pero las chilenas, el tema de las lolitas perdieron un poco el interés con Japón. Porque ahora hay muchas marcas Chinas. Y ahora tampoco se emocionan tanto si viene un marca de Japón a hacer un tea party, es como super normal. Pero hay si, niñas que son de menor edad de lo habitual, que cuando se prueban un vestido si se sienten muy anime, muy japonesas. Ponerte un vestido lolita es como embellecerte y toda la cuestión, pero ellas se emcioonan. Uno que lleva tanto tiempo lo encuentra super normal. Yo por ejemplo no tengo nada de chileno en mis diseños. Y siempre tengo que decir que es una moda que nace de Japón po, no puedo decir que nace de Chile. Obviamente de repente ha llegado gente que me ha dicho como inspirete ne algo chileno, y como que no le pega. A veces las rechazo en realidad, como que no hay nada interesante de Chile po. En cambio Japón hay una gama de tantas cosas. Hasta la flor nacional que tienen, el Sakura es bonita. El copihue, ¿cómo pongo un copihue en un vestido de lola? Hay gente que se aventura por ahí pero no llega a buen puerto. Yo por ejemplo he intentado de reinventarme un poco, pero siempre llego a lo mismo, Japón jajaja.

### **¿Cómo ha cambiado tu mirada frente a las estéticas mas extravagantes?**

Ahora igual la gente lo asimila mucho mas. Ates salias de lola y era un shock visual y decían que venían de una obra de teatro. Yo cuando llevaba a niñas para sesiones de foto era muy extraño para la gente, pero nunca les faltaban el respeto, jamás de rículas o esas cosas. Siempre era como "las princesas Disney". Pero ahora como que es mas normal ver gente asi, no solo estética lolita, la gente anda de cosplay, entonces esta mas normalizado.

### **¿Qué opinas de la gente que se pone limitantes a la hora de experimentar con su estética personal?**

Es como complicado en realidad hablar con ese tipo de gente. Pero ponte tu si yo hablo desde el aspecto como ropa lolita, es una arma de batalla po, rompí los esquemas sociales. Entibces claro, dicen como pendejas deberían usar eso, pero en Japón hay mujeres de 50 y 60 años que se siguen vistiendo de lolita. Entonces el lolita es como una arma, hay un autor que habla de la ropa lolita en la sociedad y dice que son ropas que hay que llevar con honor, y romper un poco con los esquemas de la sociedad. En realidad el lolita es como una revolución que pasa en Japón para revelarse ante la sociedad machista, una cuestión así. Hay muchas teorías, pero nunca se ha aceptado una. Yo creo que fue una rebelión contra la sociedad y desposarse un poco del sistema machista que había en Japón, y volver un poco a lo femenino de la sociedad. Hubo un tiempo en los 70 – 80 que se perdió un poco lo femenino. Bueno, ahora en la actualidad, no vei niñas vestidas como antes, con vestidos con vuelitos y esas cosas. Pero la gente que dice que perdí la dignidad o que causaba risa es cosa de cada uno. Hay que tener valor para salir con ropa así a la calle. Tu si llevai la ropa con la frente en alto, y te haci valer, no deberían por que faltarte el respeto. Yo siempre le he dicho, cuando vamos a hacer sesiones de fotos a la calle, si te piden una foto diles que si. No tienes por que ser pesada con la gente. Hay muchas niñas lolita que te dicen que no quieren una foto y la gente se lo toma mal. Nosotros vamos con una intención de que esto es algo profesional, que es un estilo de vida para algunas personas, y para otros es un trabajo. Este es mi trabajo, entonces, nunca nos han faltado el respeto. Nosotros siempre llevamos las cosas de forma bien profesional. Le digo a las niñas que no deben andar con miedo. Una ves tuvimos una sesión es Zapallar, con puras viejas cuicas, e iban los dos chiquillos tomados de la mano, los

dos vestidos de piratas. Los cuicos quedan mas impactados, nos preguntaban "¿para que es eso?", y le metíamos chamullo que era para una revista. Les dijimos que era una moda. Si tu no le explicas a la gente, obvio van a pensar que es un disfraz, entonces también va en uno educar a la gente, ¿qué es lo que estas haciendo?. Uno le explica ahí a la gente, yo siempre he sido como súper respetuoso con la gente para que me respeten. Respete para que lo respeten!

### **¿Hacia donde crees que se dirige esto?**

La moda lolita desde los años 70 que esta en Japón hasta la actualidad, y ha seguido con fuerza, y nunca ha muerto... yo creo que va a seguir 30 años mas. Y acá en Chile, si ha perdido un poco el interés, no se por que. Las nuevas generaciones, van cambiando, han nacido nuevos estilos. Pero siempre hay un publico fiel que busca, y siempre va a haber una niña o niño que le gusta toda esta cosa japonesa. Una vez fui a Iquique, a la Universidad de Tarapaca, y allá fui a dar una charla. Y claro, habían puras lolas viejas. Y de repente llega una niña vestida de novia y me dice "así me siento yo como una lolita, como una novia", y esa niña ahora la mama esta esperando que sea mas grande para comprarle su primer vestido de lola. Por eso me gusta ir a eventos, para conocer a niñas que se encantan y sienten que son princesas y las invito a conocer el estilo. Siempre acepto ir a los eventos de anime, ahí es donde esta mi público, gente que le gusta Japón. También hay otras comunidades que ayudan a difundir esto... están las lolitas chilenas y hay otra diseñadora, pero ella es mucho mas sobria, a mi me gusta mas la EXPLOSIÓN! Pero siempre intento ir a lugares donde la gente le gusta Japón.

### **¿Cómo describirías el estilo lolita?**

Es mi escape, es mi cura. Me ayuda económicamente, me ayuda a salir de depresiones. Intento no verlo como trabajo, verlo como un escape. No lo veo como algo económico para hacerme millonario, es para entretenerme. Aparte siempre estoy en las noches, con mi notebook, me pongo a ver tiendas, siempre estoy entretenido. Ahora mi cantante favorito va a sacar un álbum nuevo y estoy imaginándome ya que va a ser. Además el álbum se va a llamar 'Dress'. Entonces si me preguntai que siento del lolita es que es mi cura. Además le puse a mi marca Pirates and the Rose, entonces los piratas les gusta hacer viajes, y yo hago un viaje con mis vestidos. Estoy en un rosado y de repente estoy en un negro y de repente paso de algo muy sobrio a algo muy ponposo. Y así estoy po, en un viaje con mis vestidos. Salir a comprar tela también, estoy siempre en un constante viaje y buscando tesoritos jajaja. Además le puse a mi marca Pirates and the Rose, entonces los piratas les gusta hacer viajes, y yo hago un viaje con mis vestidos. Estoy en un rosado y de repente estoy en un negro y de repente paso de algo muy sobrio a algo muy ponposo. Y así estoy po, en un viaje con mis vestidos. Salir a comprar tela también, estoy siempre en un constante viaje y buscando tesoritos jajaja. Cuando hice toda esta cuestión no la hice de mono, lo pensé bien. Hable con mis amigos, y la gente me fue apoyando. Después también me dedique a hacer telas de estampados propias, aprovechando mi carrera de diseñador grafico hago mis propias telas. Toda esta cosa yo la pensé con un futuro y no a corto plazo. Y aparte cada día me voy haciendo como mas conocido. No solo en Japón, también en otras partes de Asia. Hace poco salí en una revista China, como tengo todo publico, pero tengo todas mis fotos con sello de agua. Igual me dieron mucho crédito asique me llegó mucha clientela de China. Mucha gente se sorprende que yo haga los vestidos de acá Chile, siempre me preguntan "¿De verdad eres de Chile?", sobretudo los asiáticos, porque es un país tan lejano, entonces que llegue esta moda y la hagan tan bien y fiel a lo que se vende en Japón les genera duda, por eso tengo mi etiqueta 'made in Chile'. Al principio partí vendiendo mucho Chile y después ya con el programa empecé a vender a otros países. He vendido vestidos a España, Italia, Estado Unidos, México. México tiene un mercado japonés gigante. Allá son muy ñoños.

### **¿Has viajado a Japón?**

No. Me han invitado muchas veces, pero no. No me nace viajar, me gusta viajar solo adentro de Chile. Es que yo soy como un personaje que vive en la oscuridad. Mucha gente piensa que el dueño de la marca es una niña que esta vestida de lola que cose todo el día falditas. Pasa mucho que la gente piensa que soy una niña que esta vestida de lola y que cose en una maquinita antigua, pero ven un weon gigante así como todo roñoso, soy yo jajaja. De hecho en los eventos mando a las niñas y yo me quedo atrás. Porque yo quiero que vean mi arte, no quiero que vean a la persona. Tengo como embajadoras, y estas niñas me representan a mi. Por ejemplo en el desfile de estación Mapocho salieron todas las niñas y yo no salí, yo me quede abajo. Entonces una de ellas salió adelante y dijo quien los hacia. Entonces la gente después pregunta "eres tu el que hace los vestidos?!" y yo como si!! Jajaja. Me gusta mantenerme al margen de todo, de hecho se usa mucho en Japón. Eso lo tome de referencia en Japón. Los dueños de las dos marcas mas grandes son un matrimonio de dos abuelitos que nunca salen, pero tienen diseñadores que salen a nombre de ellos. LA otra es una abuelita de pelo rosado, que tiene dos niñas que la representan. Nunca salen en las fotos, de hecho solo hay una foto de ellos. Me gusta ese misterios, la gente se pregunta y pone expectativa. Se imaginan que yo llego en carruaje con caballos y que me tiran pétalos, y no saben na que soy así. Me gusta tener esa imagen en mi marca, hay marcas que siempre se muestran como diseñadores. Yo con mi maniquí, yo no po. Siempre mando una o dos, entonces cuando vienen estos diseñadores japoneses ven a estas cabras y preguntan de que marca son sus vestidos, ellas les dicen "no es de marca, es de un diseñador que se llama Pipe Rose" y listo. Yo no voy a los eventos lolita jamás.

## ENTREVISTA DOMI @LEYLADOPP

### Tema de las masculinidades ¿tu forma de desafiarlo? ¿Cómo pasa ese imaginario de japon a chile?

Parodio todo las críticas que se hacen a mis dibujos. Porque igual lo encuentro ridículo. Entonces el arquetipo que ellos tratan de hacer ver de mis dibujos, los represento por de mi manera. Yo igual he visto que aquí hay cada vez más flexibilidad respecto a un hombre usando maquillaje y sobre todo en las prendas de ropa. Cada vez se ve que más que la ropa es unisex. Onda en Forever 21 pueden poner un polerón rosado con un unicornio y ahora igual a un weon le va a dar lo mismo si está en la sección de mujeres, se lo va a comprar t lo va a lucir. Igual que el diseño de ropa que están haciendo es más unisex. También el diseño nacional se está preocupando de hacer diseños que ya no están tan al extremo de uno o del otro.

### ¿Qué opinas de la gente que se pone limitantes a la hora de experimentar con su estética personal?

Yo no creo que haya como una edad, lo que pasa es que esos también son conceptos que se nos han metido. Es como por ejemplo las abuelas que la mayoría de las veces con el pelo corto, por la idea de que las mujeres ya a cierta edad no pueden tener el pelo largo, no pueden arreglarse, tienen que estar como dueñas de casa, cachai? Entonces yo que tengo 23, voy a cumplir 24 este año, y recién ahora estoy tomando más decisiones sobre que cosa me gustaría ponerme, como me gustaría peinarme, maquillarme, porque estuve arto tiempo como con ese prejuicio de que o me podían hacer algo en la calle, me podían decir algo, cachai? Pero no, yo no creo que la edad sea un límite para eso. Piensa que en japon algunos de los diseñadores más conocidos del mundo Harajuku tienen todos más de 25 – 30.

O sea igual hay cabros chicos que están sacando sus propias marcas y todo. Las tipas de Agelic Prettty se siguen vistiendo como Gothic Lolita y yo creo que deben tener sus treita y algo, 40. Pero es que la gente también cree que madurar tiene que ver con como te vesti, cuando madurar es meramente mental. Porque yo me puedo vestir con un traje rosado con micky mouse estampado y calcetines con vuelitos y puedo ser una adulta completa hecha y derecha, cachai?

Entonces está también esa relación de que una vez que llegas a cierta edad y eres adulto, ya no puedes como divertirte al respecto a tus decisiones de moda y algo así. De hecho yo creo que es todo lo contrario, cuando eres adulto tienes plata para comprarte esas cosas jajaja, tienes el poder adquisitivo! Si quieres comprar un vestido de 1 palo de Angelic Pretty, puedes hacerlo, cachai? No, yo creo que es una wea jajaja. Incluso en los programas de farandula de repente dicen como "oye esa actriz no está muy viejita ya para tener el pelo largo y así canoso", y es como NO WEON! Son puras construcciones que se dan en la sociedad que uno se cria po, te va a otras cultruas y hay lugares en donde es más común que las mujeres tengan pelo corto que largo. Entonces al final son cosas que si yo viviera en otro país o cultura, no existiría esto. Entonces igual son cosas que uno se las puede pasar un poco por la raja.

### ¿Cómo ha cambiado tu mirada frente a las estética japonesa?

Antes era super difícil encontrar contenido. A mí me empezó a interesar todo lo que era Japón, la música japonesa y anime en una época en la que primero el internet de casa era pésimo y para mí familia era inalcanzable. Entonces yo iba a cybercafé y ahí iba una hora, y en una hora no alcanzaba a ver nada. Entonces ahí era super importante los amigos que tenía porque yo tenía amigas que llevaban más tiempo, me recomendaban grupos o me decían "cachai esta música?" y yo con eso iba al cyber y lo buscaba. Y cuando apareció youtube empezaron a subir series, pero antes era buscar los dvd en el bio bio o las ferias. Te tenías que mover tanto solo para encontrar contenido de anime y música, porque incluso el contenido de moda era muy difícil de encontrar. En ese entonces era muy difícil ir a Japón y comprarte las revistas para después escanearlas y subirlas a un blog o algo. Entonces muchas veces si tenía como la cueca de tener una amiga japo que te pudiera escanear las weas bacan, si no era super difícil. Los scans de la zipper o cualquier otra revista de moda japo. Encambio ahora la moda japo, ya no es algo solo propio de los otakus, me he fijado. Sobre todo con la moda kpop las personas se han fijado más como en la moda asiática en general. Las redes sociales yo las encuentro una maravilla, porque puedes seguir como a los influencers de Japón. Yo sigo a caleta de modelos alternativos de Japón y voy sacando ideas de vestuario. Eso es algo que ha cambiado de cuando yo empecé, que solo teníamos fotolog no más. Cacha la wea po. Ahí de repente habían grupos que subían cosas de moda, pero era todo muy enfocado en el Visual Kei, Oshare Kei, todo lo que era la moda de los cantantes japoneses. Si tú le hablas a alguien de cuando Yoyi? Que no era tan popular, que es un dokumo que son los de harajuku, nadie los cachaba. Ahora por las redes sociales va cachando esta gente super underground de Japón. Ahora hasta salió un documental del estilo kawaii que es super depresivo. Es todo gracias a que salieron las redes sociales, es mucho más fácil pedir cosas de afuera, es mucho más fácil viajar a Japón. Yo creo que igual, desde mi punto de vista, todo esto fue merito del kpop. El anime siempre ha estado, pero el interés por las cosas asiáticas pasó cuando empezaron a interesarse más por el kpop y emezaron a salir estas tiendas kawaii. Antes solo estaba "My Fantasy" establecido ahí en Patronato. Pero de ahí empezaron a salir más de estas cosas y las personas se empezaron a dar cuenta que las cosas kawaii no necesariamente tienen que ser otaku o fanático del kpop para disfrutarlas. Por eso mismo ahora hay tantas facilidades para encargarse de ropa, para ver weas en instagram, blogs. Se le ha dado mucha más cobertura.

### **¿Hasta ahora ha habido una evidente reinterpretación de los elementos traídos o se intenta realizar una imitación leal?**

Yo creo que una mezcla de los dos, me ha tocado conocer fans del kpop que ellas viven por tener el mismo corte de pelo, misma ropa. Gente que dice "necesito verme así porque es mi oppa, es mi diolo". Y otra gente que es más como allá se están usando arto los colores pasteles, voy a usar tonos pasteles pero con la ropa que yo quiera. Hay de los dos. Hay gente más enfocada en que quiero lucir, y así voy a lucir. Y hay gente que es como me gustó esto, o puedo tomar esto otro y lo van adaptando también a lo que son ellos.

### **Hablando de la reinterpretación de costumbres, estilos, estéticas, crees que existe un estilo estético urbano chileno japonés? ¿Existe actualmente?**

Yo creo que todavía no llegamos, pero vamos por ahí. Como te digo, todavía estamos tomando cosas, cachai? Todavía estamos en esa etapa de agarrando por acá, tomar por allá. Igual para mí Chile siempre ha sido súper ecléctico, sobre todo viviendo acá en Santiago, encontré muy cosas que digai "sí eso es chileno", cachai? Entonces, yo creo que todo esto es como, otro proceso de crear una subidentidad. Yo creo que igual vamos en camino a lo que sería como un estilo chileno más kawaii. Yo lo noto sobre todo en los ilustradores, que algunos todavía son muy muy japo. Pero de a poco voy viendo alguno que más que dibujar anime, a su estilo le meten efectos y colores que tienen en ese mundo. Yo siento que todavía estamos en esa etapa de "oh esto me gusta, podría usarlo". Acá en Santiago no hay nada que tu podai decir "oh esto es 100% chileno", en vola is vai onda a la piojera. Pero claro en general es lo que ves en región, pero no es algo que podi llevar a la moda urbana actual. Podi rescatar muy pocas cosas de eso.

### **¿Cómo afecta a la gente de nuestra edad que seamos tan blandos en estética acá en Santiago?**

Es que Santiago es muy neutro al final, cachai? Yo creo que por lo mismo la gente está buscando estéticas en otras partes, porque Japón tú llegai a Tokyo y son luces, colores, cosas kawaii, no se ve al equivalente al doctor Simi que sería un gatito gigante bailando en la calle y son cosas que te deci "weon que interesante", quedai loco porque son demasiados estímulos. En cambio, claro po, Santiago con todos estos colores pálidos es súper neutro. Claro, tiene vida nocturna y todo pero no es una ciudad que digai como "guau, aquí hay algo". Como que cuesta mucho encontrar eso. Por eso mismo la gente busca estéticas en otras partes, hay una necesidad por recibir un cierto estímulo, ver ciertos colores que solo lo encuentran fuera de Chile. Santiago puede tener cosas interesantes, pero nada que quedí como esto me inspira o me deja mariposas en el estómago. Para mí Santiago es como neutro, una ciudad no más.

### **En tu punto de vista, ¿Cómo ves que ha cambiado la influencia de Japón en el país?**

Ahora se normalizó un poco. Antes veí anime solo en animeTV y cosas así, ahora Netflix empezó a traer anime. Netflix que tú deci, "no, solo son series gringas o cartoon" cachai? Ahí la gente quedó como "démosle una oportunidad", y gente que no es otaku se han visto Dead Note completa, Fullmetal completa, están viendo Naruto incluso las weonas, salud jajaja. Lo mismo de la moda, hay muchos diseñadores y personas que no son van de la cultura japonesa pero admiten que tienen una moda o estética que los inspira.

### **¿Hacia donde crees que se dirige esto?**

No sé, es que depende mucho. Yo por ejemplo, cuando era chica, ni cuando me iba a esperar primero que llegaran bandas japonesas a Chile y que fuera tan normal. Ahora prácticamente todos los años llega una banda asiática, entonces no sabría decirte. Aparte igual van saliendo nuevas estéticas. Por ejemplo cuando yo era chica el kpop no se escuchaba, de 50 personas hacían 2 que les gustaba el kpop. Entonces en vola, quien sabe, de acá en 10 años más empieza el pop chino, nose jajaja. Y de pronto vamos a tener no solo cosas japo y coreanas, no sé po, weas de cantantes chinos. Quizá se meta otra cultura entre medio, yo como que no me quiero cerrar que Chile solo se va a quedar con las culturas asiáticas porque como te digo, somos muy pasivos en cuanto a estilo y también Santiago sobre todo con lo neutro que es, necesitamos agrar todo lo que nos parezca interesante. Así que quizá, de acá a 10 años va a estar de moda una cultura que quisiera es con la asiática y todos van a estar rallando la papa con eso. Y aparte igual, el avance de las redes sociales está facilitando demasiado el ingreso de ideas. A mí me sorprende todo los años como ha ido evolucionando esto. Yo antes iba a Borja y había un grupo bailando y el resto era gente vola, tomando y yo con mis amigos hablando de anime. Y ahora llegai a Borja y hay puros stands vendiendo cosas coreanas y chinas. Hay cosas que ni cuando pensé que en 10 años más sería sí. Además es imposible saber como vana a evolucionar las redes sociales y la tecnología. O también, otra cosa que influyó es que empezó a llegar arto inmigrante asiáticos acá. Yo no pensé que patronato iba a estar lleno de restaurantes de comida coreana y japonesa. Quizá ya después vamos a tener nuestro propio China town. Yo lo veo posible, porque a mí me sorprende la influencia que está teniendo todo esto acá en Santiago.

Lo otro que quizás me gustaría es que llegara mas a regiones esto. Porque también mucha gente se viene a Santiago para los eventos, a comprar weas, a vender cosas. Sigo muchas tiendas de cosas coreanas que por lo menos una vez al mes vienen a Santiago, Borja a hacer ventas porque saben que aquí les va super bien. Ojala en un par de años mas se pueda expandir mas esto a las regiones. Aca estan los mejores eventos, las tiendas kawaii, aca vienen los conciertos. El gran logro de la gente de región es que se hiciera un Musik Bank en Viña. Ojala se descentralice un poco. La gente tambien tiene ese prejuicio esque esta en coreano, no entendí na. Weon con cue hablan ingles y estan escuchando música en ingles.

### **¿Tu dirías que la cultura japonesa es parte de tu identidad? ¿Sientes pertenencia sobre ella?**

No se si pertenencia, así como "Ay yo debería haber nacido en Japón", pero si la siento parte importante. Primero porque desde chica veo anime y segundo porque en temas de moda y estética es la cultura que más me ha llamado la atención. Y eso que he tratado, sobretodo ahora en diseño como he tenido ramos de historia y todo eso, el buscar mas referentes. De ver otro artistas y todo, pero siempre termino para allá.

### **¿Qué opinas de la gente que se pone limitantes a la hora de experimentar con su estética personal?**

Es que igual uno tiene como, a mi me puede gustar mucho Japón pero en el fondo soy chilena. Pa mi igual hay un limite, si llegai a sentir que tu debiste ser japo o algo asi, uno igual tiene que saber separar el que te guste mucho una cultura de la cultura en la que naciste. Yo no me puedo sentir japonesa porque naci igual, y algo de cariño le tengo a Chile. Y porque Japón si bien me gustan artas cosas de allá, no me siento tan identificada con algunas. Yo creo que por lo mismo no siento tanta pertenencia, porque tengo muchas cosas de mi cultura muy internalizadas. En Japón no se da que saludai a tus amigos de beso, abrazos. Para mi es necesario ser cariñosa y de piel. Entinces yo tengo muchas cosas muy latinas internalizadas, por lo mismo no siento pertencia a Japón. Hay muchas cosas de ellos que no podria internalizar. A veces pasa que uno tiene muy internalizada lo de la apropiación cultural pero... Yo creo que mientras sea con respeto podi disfrutar de una cultura. Mientras no seai como el Jake Paul, podi disfrutar de una cultura.

Tu respeti a la cultura y respeti a las personas, no tendriai porque sentirte como una persona fuera de lugar.

### **¿Qué opinas de la apropiación cultural?**

Lo encuentro un tema delicado, de repente hay cosas que uno no se imagina como apropiación pero pasan. No se, ahí lo encuentro un terreno delicado. Aparte he visto mucha gente que la han acusado de apropiación cultural y de repente no entendí por que... no se. Apropiación cultural para mi seria como lo que hacen el retail con el feminismo, prendas ridículos pa vender no mas, para aprovecharse del boom que esta pasando. Para mi seria apropiación si hicieran cosas tradicionales japonesas o algo así. Pero gente que porque dibuja de cierta forma o se viste de cierta forma, les tildan de apropiación y te empesai a cuestionar. Muchas veces la gente que hace esas acusaciones gente influenciada por otras culturas. ¿Qué es al final la apropiación cultural entonces? Yo creo que todavía no esta como muy bien definido, de hecho hoy ya ni se si existe esto de la apropiación cultural. Las acusaciones de apropiación cultural es una tontera de gente que creo que una cosa es solo de una cultura y no puede llegar a otra.



