

¡Un fascinante viaje
al Japón del manga,
el anime, los videojuegos,
el *cosplay* y mucho más!

日本
オタク



JAPÓN OTAIKU

GIANNI SIMONE



ANAYA
TOURING

日本オタク



JAPÓN OTAKU

GIANNI SIMONE

ANAYA
TOURING



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

LA CULTURA OTAKU

HA CONQUISTADO EL MUNDO 8

- Cómo usar este libro 10
- Museos otaku y bibliotecas 11
- El fascinante mundo de los cafés otaku 12
- Visitar un centro de juegos 14
- El Príncipe del Tenis* y los musicales 2.5D 16
- La autopublicación *dojinshi* 17

CAPÍTULO 1

TOKIO Y ALREDEDORES 18

- Akihabara: el centro del universo otaku 21
- Explorar Akihabara 23
- Explorar Jimbocho 28
- Explorar Harajuku 30
- Explorar Shibuya 32
- Explorar Shinjuku 34
 - Bares y cafeterías otaku 36
- Explorar Nakano 38
- Explorar el oeste de Tokio 40
- Explorar Ikebukuro 42
- Explorar Odaiba 44
 - Festivales y eventos en Odaiba 46
- Tiendas en otros barrios de Tokio 51
- Otros museos y bibliotecas en Tokio 52
- Museos y bibliotecas cerca de Tokio 54
- Otros festivales y eventos en Tokio 56
- Otros festivales y eventos en los alrededores de Tokio 58
- Calendario de eventos y festivales otaku en Tokio y alrededores 61

CAPÍTULO 2

REGIÓN DE KANSAI: OSAKA, KIOTO Y KOBE 62

- Osaka: la capital del oeste de la cultura otaku 65
 - Universal Studios Japan (USJ) 67
 - Explorar Nipponbashi 68
 - Tiendas y museos en Nipponbashi 70
 - Otras tiendas en Osaka 73
 - Bares y cafeterías en Nipponbashi 74

- Cosplay* en Osaka 75
- Otros bares y cafeterías en Osaka 76
- Zona de la estación de Umeda 79
- Explorar Kioto 81
 - Restaurantes otaku en Kioto 83
 - Museo Internacional del Manga de Kioto 84
 - Toei Kyoto Studio Park 85
 - Desarrolladores de juegos expatriados 86
 - Festivales y eventos en Kioto 87
- Explorar Kobe 88
 - Restaurantes de Kobe (y de Hyogo) 90
 - Museos de Kobe 91
 - Lugares y eventos otaku en la prefectura de Mie 93

CAPÍTULO 3

OTRAS REGIONES DE JAPÓN 94

- Explorar Sapporo 96
 - Restaurantes y bares en Sapporo 98
 - Museos en Hokkaido 100
 - Festivales y eventos en Hokkaido 101
- Explorar Tohoku 102
 - Festivales y eventos en Tohoku 103
 - Museos y bibliotecas de Tohoku 104
- Explorar Nagoya 106
 - World Cosplay Summit* 109
 - Adam Pasion: introduciendo la cultura cómic global en Japón 110
 - Restaurantes otaku de Nagoya 112
 - Otros festivales y lugares otaku en Aichi 114
 - Cosplay* y Halloween 115
 - Otros festivales y lugares otaku en Chubu 116
- Explorar Hiroshima 118
- Explorar Sakaiminato 122
 - Museos de Chugoku 123
- Explorar Shikoku 124
 - Museos de Kochi 126
 - Festivales y eventos en Shikoku 127
- Explorar Fukuoka 128
 - Restaurantes de Fukuoka 132
 - Yuriko Tiger: una *idol* única 134
- Explorar Kyushu 136

Consejos para viajar 138

Glosario otaku 141

Trabajar en Japón 142

Información útil 143

Créditos 144





Hiroshima



Kyoto



Sapporo



Nagoya



Tohoku



Fukuoka



Sakaiminato



Kyushu



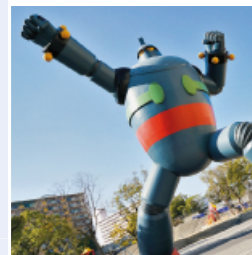
Tokyo



Osaka

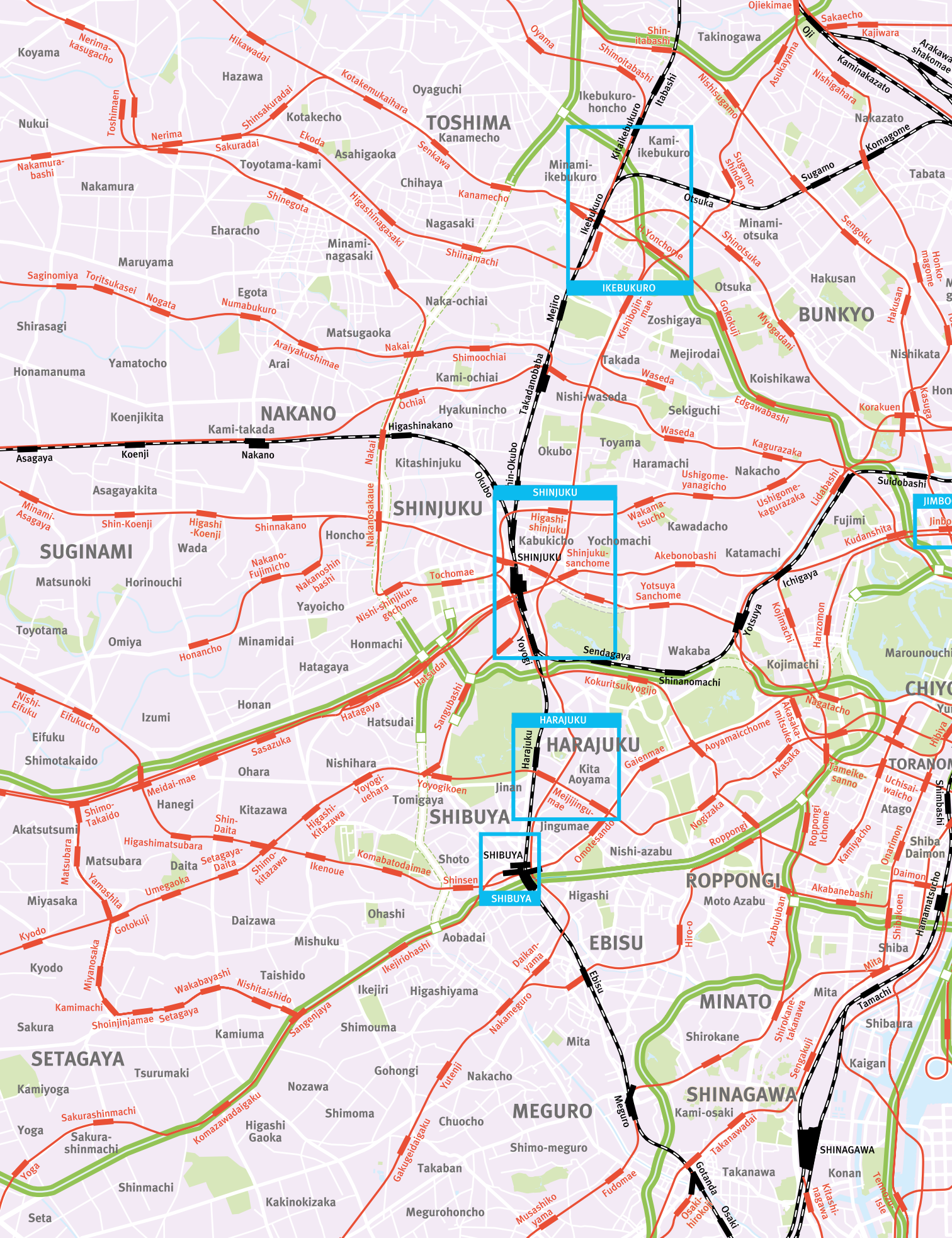


Kobe



Shikoku





TOSHIMA

BUNKYO

NAKANO

SHINJUKU

SUGINAMI

HARAJUKU

SHIBUYA

SETAGAYA

MEGURO

ROPPONGI

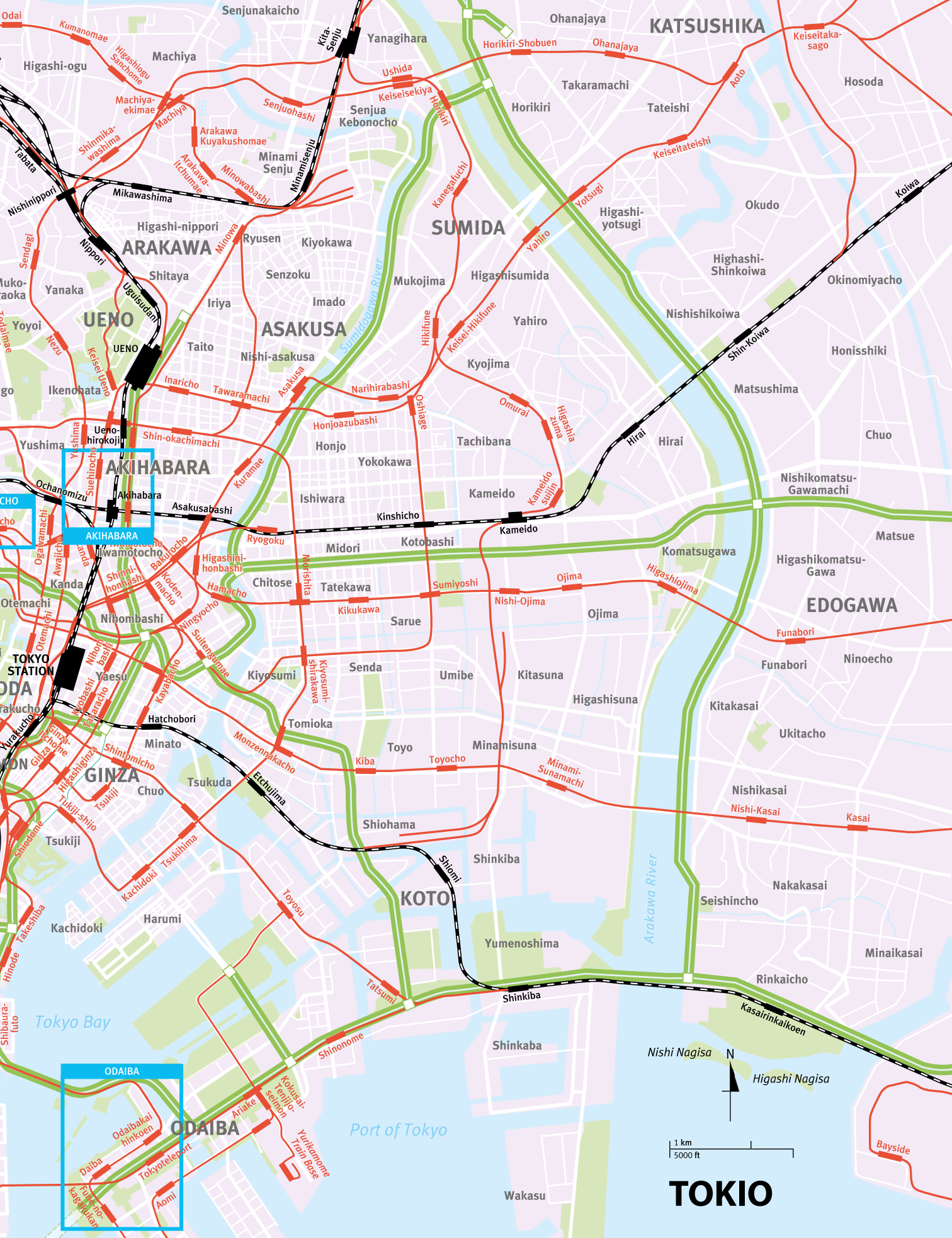
SHINAGAWA

Ikebukuro area highlighted in a blue box, including stations like Kami-ikebukuro, Minami-ikebukuro, and Ikebukuro.

Shinjuku area highlighted in a blue box, including stations like Shinjuku, Kabukicho, and Shinjuku-sanchome.

Harajuku area highlighted in a blue box, including stations like Harajuku, Kita Aoyama, and Jingu-mae.

Shibuya area highlighted in a blue box, including stations like Shibuya and Shinsen.



KATSUSHIKA

SUMIDA

ARAKAWA

ASAKUSA

AKIHABARA

EDOGAWA

KOTO

TOKIO

Nishi Nagisa N
Higashi Nagisa

1 km
5000 ft



LA CULTURA OTAKU HA CONQUISTADO EL MUNDO

Hoy en día, palabras como «manga» o «anime» se pueden encontrar en cualquier diccionario, se celebran convenciones otaku por todo el mundo y la animación y los cómics japoneses —desde las sagas de robots gigantes que fueron las primeras en adquirir popularidad en Occidente hasta el manga *shojo* para chicas o las historias homosexuales de *Boys' Love*— están disponibles en multitud de idiomas. Han aparecido comunidades en línea por todas partes y muchos países cuentan con ferias *dojinshi* y eventos *cosplay*. Algunas personas incluso deciden aprender japonés para poder así disfrutar del manga y el anime en versión original.

Pero el panorama no fue siempre así. En 1983, cuando apareció por primera vez el término «otaku», la opinión de la gente sobre los fanáticos del manga y el anime no era tan positiva. De hecho, cuando el periodista Nakamori Akio usó este término en la revista *Manga Burikko*, su objetivo era criticar a todos esos «hombres jóvenes socialmente inútiles» a los que consideraba culpables de buscar refugio en un mundo de fantasía hecho de videojuegos, juguetes y chicas monas.

Tuvieron que pasar más de veinte años para que empezase a verse con mejores ojos a la comunidad otaku, gracias principalmente al fenómeno *Densha Otoko* (*El hombre del*

tren, 2004). Esta historia supuestamente real de un veinteañero *geek* que se enamora de una chica apareció en el foro de internet 2channel. De ahí se popularizó rápidamente y fue adaptada a novela, película y serie de televisión, todas extremadamente exitosas y que mostraron al público generalista que los otakus no eran tan peligrosos como se había supuesto y que, de hecho, algunos podían llegar a ser incluso bastante atractivos. Aunque en Japón aún hay gente que tiene sentimientos encontrados sobre este tema, los círculos intelectuales se han convertido en admiradores del mundo otaku; de hecho, se podría decir que los tiempos en los que

el mundo otaku tenía mala fama han quedado atrás.

La cultura otaku se ha ido extendiendo internacionalmente en todos los ámbitos: el reconocido artista Murakami Takashi ha explotado este interés por el manga en sus obras; la respetada Bial de Venecia presentó una exposición basada en el mundo otaku (el pabellón japonés de 2004 fue llamado: «Otaku: Persona=Espacio=Ciudad»), e incluso el concepto otaku *moe* (un fuerte sentimiento de cariño hacia los personajes femeninos) es hoy tema de debate entre los críticos culturales y los sociólogos, tal y como lo fueron antes el *wabi-sabi* y otros conceptos tradicionales de la cultura japonesa.

Se puede decir que el resto del mundo ha abrazado la cultura otaku más allá de lo que nadie habría imaginado en sus inicios. Para empezar, los fans extranjeros, al contrario de lo que ocurrió en Japón, nunca han tenido ningún problema con el término «otaku», y lo han utilizado con entusiasmo para describirse a sí mismos. En Europa, la animación



Los otakus japoneses ya no tienen miedo de mostrar sus predilecciones.



Los personajes de manga y anime se pueden encontrar por todas partes, desde calcetines infantiles (arriba) hasta los escaparates de grandes almacenes (izquierda).

japonesa apareció por primera vez en televisión en la segunda mitad de los años setenta, y los que tienen menos de 40 años han crecido viendo todo tipo de anime. En los Estados Unidos, incluso diez años antes de *Densha Otoko*, muchos fans americanos que asistían a las primeras convenciones, como Otakon, acostumbraban a mostrar orgullosamente la palabra «otaku» en sus camisetas. E incluso en China —donde *Astro Boy* se emitió por primera vez en los años ochenta—, la generación que nació a finales del siglo pasado ha encontrado maneras de evitar las prohibiciones y restricciones gubernamentales sobre la cultura pop japonesa pirateando los animes más populares y organizando sus propias ferias *dojin*.

Pero nadie puede decir que se ha imbuído totalmente de la cultura otaku hasta que ha hecho el peregrinaje a la tierra sagrada del manga y el anime. Un viaje a Japón permite apreciar cómo la cultura otaku forma parte de la vida japonesa; los personajes del manga y el anime están tan incorporados en la psique japonesa que son utilizados para anunciar líneas de tren, advertir de los peligros a la gente e incluso ayudar con las campañas de reclutamiento de las fuerzas armadas. Hace unos años, incluso Disney llegó a emitir un anuncio en televisión de estilo manga para atraer a los visitantes al Tokyo Disney Resort.



ARRIBA: el *UFO Robot Grendizer* comandó la invasión del anime en Europa en el verano de 1978. La serie también fue conocida como *Goldorak*. DERECHA Y ABAJO A LA DERECHA: las imágenes de manga y anime en Japón son omnipresentes.



La fascinación internacional por las *maids* de Akihabara ha ayudado a popularizar la cultura otaku en el mundo.



Los otakus a menudo dibujan personajes de manga y anime en los *ema* (placas votivas de madera) que cuelgan en los santuarios sintoístas con sus deseos y plegarias.





ARRIBA: una habitación otaku es como un pequeño museo donde se exponen las colecciones personales de objetos y figuras de manga y anime.



Los otakus están por todos los lados en Japón. Estas dos chicas celebran Halloween en Nagoya, considerada la capital del *cosplay* en Japón.

Obviamente, Tokio sigue siendo la capital del *Otakudom*, y es el destino número uno para los fans extranjeros; la cantidad de lugares dedicados al mundo otaku es impresionante, por lo que resulta imposible cubrirlos todos en un solo viaje. Pero la cultura otaku está extendida por todo Japón: Osaka tiene tanta calidad y variedad como Tokio; Kioto es la sede no oficial de la comunidad extranjera de videojuegos independientes; Nagoya es considerada la capital mundial del *cosplay*; Fukuoka cuenta con suficientes lugares para satisfacer a los más exigentes otakus, y Sapporo en invierno es el destino ideal para los devotos de

Hatsune Miku. La lista de lugares otaku es interminable, porque, en realidad, tanto en el punto más al norte de Hokkaido como en el lugar más meridional de Japón puedes encontrar tiendas de manga y de videojuegos de todo tipo, museos y bibliotecas increíbles dedicadas a un autor o a un personaje de manga en concreto, y se celebran divertidos eventos de *cosplay* en cualquier sitio y época del año. En definitiva, esta guía ha sido escrita con el propósito de mostrarte la gran variedad de cosas que ver y hacer relacionadas con el mundo otaku en Japón, y sin duda despertará tu apetito por todo lo que le concierne.

Cómo usar este libro

Este libro es sobre Japón, por lo que he preferido obviar las tiendas especializadas en juguetes americanos y centrarme en los productos *made in Japan* y en el mundo de los cómics y la animación japonesa. Las grandes cadenas de tiendas con establecimientos por todo Japón, como Animate, son tratadas en el capítulo 1 con información sobre sus horarios de apertura y las direcciones de muchas de las principales sucursales. Algunas tiendas pequeñas no tienen horarios regulares de apertura, por lo que si quieres visitar algún pequeño comercio independiente siempre es mejor llamar con antelación para asegurarte de que está abierta.

Los listados en cada capítulo están ordenados alfabéticamente o, en algunos casos, por tipo de tienda (manga, videojuegos, etc.). A veces el cartel de la tienda está escrito solo en japonés, en cuyo caso he añadido también la versión en kanji o katakana para que sea más fácil distinguirlo. Se ha de tener en cuenta que la mayoría de las páginas webs están solo en japonés, muy pocas tienen una versión en inglés.

Los nombres están escritos respetando el orden que se utiliza en Japón, primero el apellido y después el nombre.

Hay tantas tiendas otaku y restaurantes en Japón, que es imposible cubrirlos todos. Especialmente el primer capítulo es una especie de compilación de «los mejores».

ADVERTENCIA: Como cualquier organismo vivo, Tokio y otras grandes ciudades de Japón cambian constantemente, abren nuevos lugares y otros desaparecen para siempre; por eso quizá algunas de las tiendas aquí mencionadas hayan cerrado en el espacio de tiempo transcurrido entre la redacción de la guía y su publicación. Lo mismo sucede con los horarios, que pueden haber cambiado en algunos casos.

GUÍA PARA LOS SÍMBOLOS UTILIZADOS

(*) Este lugar fue incluido en la lista de los 88 puntos de anime en Japón.

(1) los números entre paréntesis indican los contenidos de un museo. Estas referencias están explicadas en la página siguiente.

Los números en cajas rojas se refieren a las localizaciones en el mapa.

Museos otaku y bibliotecas

El manga y el anime han penetrado de tal manera en la sociedad japonesa, que se han convertido en vehículos para diferentes fines que van desde la educación hasta el turismo (con personajes manga promocionando una región en concreto), pasando por partidos políticos que los utilizan para explicar sus programas, pero sobre todo empresas que se sirven de ellos para convencer a los consumidores de que compren sus productos.

Pero ¿qué son propiamente el manga y el anime y qué los diferencia de otras formas de expresión artística? Para los que quieran profundizar más en su historia y entender sus peculiaridades, hay muchos museos y bibliotecas que permiten ampliar tus conocimientos sobre el tema.

Teniendo en cuenta la importancia del manga y el anime en la cultura popular japonesa, es sorprendente que la mayoría de los museos relacionados con el tema hayan abierto en los últimos veinte años. Durante mucho tiempo, incluso en Japón, el cómic era considerado un arte menor que no merecía un enfoque académico. Afortunadamente, hoy en día hay lugares donde estas publicaciones son coleccionadas, preservadas, estudiadas y expuestas junto a dibujos originales, manuscritos y, en el caso del anime, *cels* (hojas utilizadas para el dibujo previo al proceso de animación) y accesorios relacionados con la producción. Algunos lugares van más allá y

también recopilan artículos de *merchandising* relacionados con el manga.

Aunque los museos sobre manga son un fenómeno reciente, están ya muy extendidos; hay unos setenta en Japón, la mayoría de los cuales están dedicados a un autor local, con el objetivo de conmemorar su producción artística y atraer al turismo. La prefectura de Kochi, por ejemplo, está fuera de los circuitos turísticos tradicionales, pero en los últimos quince o veinte años muchos fans del manga han viajado hasta la isla de Shikoku para visitar un par de museos dedicados al creador de Anpanman (Yanase Takashi) y Fukuchan (Yokoyama Ryuichi).

Aunque el propósito principal de las bibliotecas es hacer accesibles la lectura y el material de estudio a los investigadores y al público general, las colecciones y la organización de los museos tienen uno o más de los siguientes objetivos:

- (1) Exponer arte (tal y como hacen los museos de arte, muestran principalmente los dibujos originales y se centran en su parte artística).
- (2) Presentar la vida y los trabajos de un autor en concreto.
- (3) Mostrar las características únicas del manga y cómo se realiza.
- (4) Proveer una experiencia inmersiva en el mundo de un manga particular o en la filosofía del autor.

(5) Vender productos relacionados con el manga.

Cada uno de los museos mencionados en la guía tiene un código numérico para que puedas hacerte una idea de su temática.

Las exposiciones relacionadas con el tema otaku no se limitan a los lugares contemplados en esta guía. Cada año varios museos generalistas y galerías de arte (por ejemplo, el Museo de Arte Contemporáneo, el Museo de la Ciudad de Kawasaki, el Mori Arts Center Gallery...) realizan exposiciones temporales sobre estos temas. Para saber más sobre estas exposiciones, es mejor mirar las páginas webs de los propios museos o consultar las siguientes páginas: metropolisjapan.com y tokyoartbeat.com.



Las bibliotecas manga están dirigidas tanto al público general como a los investigadores académicos.



EL FASCINANTE MUNDO DE LOS CAFÉS OTAKU

Tokio es famosa por la gran cantidad de bares y restaurantes temáticos, y los *maid cafés*, los *butler cafés* y los *danso cafés* son una forma popular de entretenimiento otaku. Este tipo de cafeterías son un ejemplo perfecto de cómo los japoneses son capaces de crear los lugares más bizarros y convertirlos en un éxito. Los *manga cafés* o *manga kissa* (漫画喫茶) son completamente diferentes, una especie de internet café a la japonesa que ofrece mucho más que una simple conexión a internet. Y esa es la razón por la que, incluso en la era de los *smartphones*, estos lugares aún cuentan con una gran clientela.

Manga kissa

Un típico *manga kissa* es, principalmente, un lugar para pasarlo bien y relajarse. Más allá de un ordenador, acceso ilimitado a internet, un lugar para cargar tu móvil y wifi gratuito, encontrarás miles de revistas y libros manga, DVD y bebidas ilimitadas. Algunos ofrecen también helados gratuitos, venden *snacks* y comida rápida e incluso te permiten imprimir lo que quieras.

Cuando llegas a un manga café, se te ofrece una gran cantidad de opciones que varían dependiendo del tiempo que quieras estar y el tipo de asiento que escojas. La mayoría de la gente escoge una cabina privada donde hay un sofá reclinable o una colchoneta. En la década de los 2000, con

la crisis económica que azotó Japón, mucha gente empezó a utilizar estos cafés como una alternativa para dormir. Las autoridades terminaron por intervenir para detener este fenómeno promulgando nuevas leyes (por ejemplo, no se admite a la gente si no muestra la dirección de su residencia), pero ahora muchos lugares ofrecen «*packs nocturnos*», depósito de equipaje gratuito o duchas, para que la gente que ha perdido el último tren en dirección a casa pueda pasar la noche. La mayoría de *manga kissa* están muy limpios, y sin duda son una experiencia que merece la pena probar al menos una vez, aunque es conveniente saber que la separación entre las cabinas es simplemente una delgada pared de poco más de metro

y medio de alto, por lo que el ruido o los ronquidos de otros clientes pueden hacer que sea difícil conciliar el sueño.

Algunas cadenas recomendables son:

Bagus: bagus-99.com/internet_cafe/shops

Media Café Popeye: media-cafe.ne.jp

Manga Kissa GeraGera: geragera.co.jp/store

Maid cafés, butler cafés y danso cafés

Tokio es famoso por su gran cantidad de bares y restaurante temáticos, pero entre los otakus los preferidos son los *maid cafés* (cafeterías de sirvientas), aunque posteriormente se han popularizado también las cafeterías de mayordomos, o *butler cafés*, y los *danso cafés*. Los personajes basados en sirvientas se hicieron populares en los años noventa con el juego de ordenador *Welcome to Pia Carrot!!* El primer *maid café*, Cure Maid Café, apareció en 2001. La idea tuvo tanto éxito que, en la siguiente década, solo en Akihabara se



IZQUIERDA: en la tierra de los otaku, los *danso* (chicas vestidas de chicos) son solo una de las muchas combinaciones posibles. ARRIBA: los *manga kissa* disponen de cabinas privadas. Muchos lugares ofrecen estancias nocturnas, pero solo una pequeña pared de metro y medio de altura te separa de los otros cubículos.

abrieron 282 establecimientos similares. Muchos de ellos no sobrevivieron a la intensa competencia, pero los *maid cafés* se han convertido en uno de los estandartes del barrio de Akiba. Con el paso de los años se ha roto un poco el estereotipo *moe*, por lo que hoy en día muchas de estas cafeterías son frecuentadas por mujeres, estudiantes, parejas y turistas.

Un típico *maid café* consiste en una pequeña habitación con sillas simples, mesas pequeñas y una decoración que tiende a tener un toque *kitsch*. Algunos incluso disponen de un pequeño escenario para que las *maids* puedan cantar y bailar. Las *maids* dan la bienvenida a los clientes con un agudo *Okaerinasaimase, goshujin-sama/ojo-sama* («bienvenido a casa, mi señor/a»). Una vez sentado, se puede pedir a la carta —los platos típicos son el *omu-raisu* (una tortilla sobre una base de arroz), los *curris* y los pasteles—, pero generalmente es más recomendable un menú, que puede incluir un plato, una bebida y una foto con una *maid* escogida por ti. Generalmente la comida no es nada del otro mundo y es mucho más cara que en un restaurante normal, pero nadie viene aquí para disfrutar de una sublime experiencia gastronómica. Es habitual que las *maids* parezcan muy infantiles y patosas a la hora de realizar su trabajo, puesto que en Japón esto se considera enternecedor. Si una

maid se comportara de manera sofisticada y profesional, sería intimidante para la clientela, y lo que se busca aquí es que esta chica joven y sin experiencia sea el epitome del concepto *moe*. Cuando finalmente te traen el plato y la bebida, la *maid* te hará cantar con ella un «hechizo» que mejorará el sabor de tu comida (algo así como *Moe-moe kyuuuuun!* o *Pyoko-pyoko pyonpokorin!*) mientras te enseña cómo hacer un corazón con tus manos. Si no has tenido suficiente, por un suplemento puedes jugar con alguna *maid* a algún juego infantil como «piedra, papel, tijera».

Aunque los *maid cafés* continúan siendo los predominantes, en los últimos años han aparecido otras versiones, como las cafeterías donde mayordomos perfectamente ataviados y con un comportamiento impecable sirven a una clientela mayoritariamente femenina, o los *danso cafés*, donde los camareros son chicas vestidas de chicos. Estos lugares tienen una personalidad diferente; mientras que los *maid cafés* generalmente ofrecen un aspecto bastante cutre, los *butler cafés* y los *danso cafés* cuentan con una decoración más elegante. Además, la inexperiencia fingida de las *maids* es reemplazada por el saber estar y el comportamiento exquisito de estos mayordomos que no desentonarían en una mansión inglesa. Por su lado, los *danso*



En las cafeterías de mayordomos, las clientas son tratadas como si fueran miembros de la realeza.

(que para muchos son los más ingeniosos y habladores de todos) juegan con la androginia con una interesante mezcla de educación y sutil ironía para atraer a una clientela de ambos sexos.

Se ha hablado mucho del erotismo soterrado que prevalece en los *maid cafés*, pero es importante recordar que las *maids* son simples camareras cuyo trabajo principal es vender comida y bebida, aunque en un entorno cargado de fantasía. Mientras que los clubes de *hostess* son lugares donde se supone que vas a flirtear con una mujer de aspecto sofisticado, no puedes hacerlo con una *maid*, a la que tampoco puedes pedirle información personal, y mucho menos tocarla. No puedes ni siquiera hacer fotos dentro de las cafeterías, excepto a la comida que has pedido. Si rompes cualquiera de estas normas, lo más probable es que te echen del local. Dicho esto, lo mejor es ir a estas cafeterías con la mente abierta y con ganas de disfrutar de un entorno de fantasía.

Los extranjeros son bienvenidos en todos estos bares y cafeterías. En algunos lugares incluso contratan a chicas extranjeras que hablan japonés (para darle un toque exótico), pero casi todas las *maids* son japonesas que, aunque no hablen inglés, intentarán hacerse entender. En todo caso, no te preocupes porque no necesitas hablar japonés para pasártelo bien en un *maid café*.



ARRIBA E IZQUIERDA: en los *maid cafés* el menú puede incluir un plato como el *omu-raisu* (una tortilla sobre una base de arroz), una bebida y una foto con una *maid*.



Capítulo 1



TOKIO





y ALREDEDORES





SEGA

如5
その生き様に
男たちの血が騒ぐ
12月6日発売
www.segagames.com

Sofmap

ソフマップ アミューズメント館
2013.11.25 ON SALE
大正の幸福

廣瀬無線

Blu-ray DVD Vol.1
ON SALE
2月26日 ON SALE

SEGA
Mushy

AKYU DUTY FREE SHOP



AKIHABARA: EL CENTRO DEL UNIVERSO OTAKU

En los años ochenta, el periodista Vittorio Zucconi pasó varios años en Tokio como corresponsal para un periódico italiano; años después recogió en un libro las experiencias de aquellos años y contó que la primera vez que vio Tokio desde un avión pensó que parecía una gigantesca caja de juguetes girada boca abajo. Aunque sus palabras pretendían ser un comentario poco favorecedor de la caótica planificación urbana de la ciudad, es una perfecta descripción de Akihabara. De hecho, el barrio es como una gran cueva de Alí Babá llena de tesoros, donde miles de personas están constantemente buscando nuevos y viejos mangas, animes y figuras o cualquier otra cosa que la industria otaku haya producido. Pero Akihabara no fue siempre así; la futurista capital otaku de hoy en día es solo la última de una larga serie de transformaciones del barrio.

Un poco de historia

La historia de Akihabara como «Ciudad Electrónica» arranca tras la Segunda Guerra Mundial, cuando muchos soldados que volvían del frente empezaron a vender componentes de radios en el mercado negro que se había desarrollado bajo las vías elevadas del tren. Posteriormente, se unieron los estudiantes de las escuelas de electrónica, que comenzaron a construir y vender aparatos de radio.

El «corazón electrónico» del barrio ha sobrevivido a la mayoría de las transformaciones a las que se ha visto sometido desde entonces. Incluso hoy en día, la gente que

llega a la estación de Akihabara opta por la salida Electric Town, y bajo las vías aún se puede encontrar el Centro de Radio y junto a la línea Sobu-Chuo se levanta el Denpa Kaikan (el edificio Onda de Radio). Si quieres dedicar todo tu tiempo al manga y los videojuegos, puedes obviar fácilmente esta parte de Akihabara, pero por mucho que te aburran los enchufes, los leds y los conectores, te recomiendo que te acerques un rato a la zona donde empezó todo.

Esta locura por todo lo relacionado con los radios fue fruto de las ansias que tenía la población de encontrar algo de entretenimiento en los años de posguerra. Gracias al

boom económico, en los años sesenta aparecieron las televisiones y los electrodomésticos; familias enteras se acercaban a Akihabara para comprar neveras y lavadoras, y las tiendas que existían dedicadas a otros entretenimientos acabaron devoradas por establecimientos de electrodomésticos que aparecían por doquier para hacer frente a la demanda. Esta moda alcanzó su cima durante los años setenta, cuando hasta un 10% de los electrodomésticos de Japón se vendían en Akihabara.

La siguiente transformación en la historia de Akihabara llegó a principios de los años ochenta, cuando las cadenas de electrodomésticos empezaron a trasladarse a las afueras, cerca de donde vivía la gente. Gracias al nacimiento de la videoconsola FamiCon y al creciente interés por los ordenadores personales, el vacío dejado por estas empresas fue llenado por un nuevo tipo de tiendas dedicadas a la electrónica. Entonces, a principios de los noventa, las grandes empresas empezaron a establecerse aquí, con la gigantesca compañía Laox, que abrió su tienda principal cerca de la estación en 1990; Sofmap estableció su primera sucursal en Chuo-dori tres años después. Este proceso culminó en 1994, cuando las ventas relacionadas con los ordenadores sobrepasaron por primera vez a las de otros productos de electrónica de consumo.



IZQUIERDA: primero fue un mercado negro para componentes de radio; después, un centro de electrodomésticos, y hoy en día, Akihabara es un barrio conocido por las tiendas de ordenadores y una floreciente cultura otaku.

ABAJO: el santuario Kanda Myojin es una de las atracciones más famosas en la zona de Akihabara.





Aunque la Akihabara del siglo XXI es más conocida por la cultura otaku que por los ordenadores, este pequeño barrio ofrece aún la mayor concentración de tiendas de ordenadores en el mundo: en Chuo-dori se venden ordenadores nuevos; en las calles traseras, todo tipo de productos electrónicos de segunda mano, y en los pequeños y claustrofóbicos pasillos que hay junto a la estación, repuestos de todo tipo.

Aunque los amantes de los ordenadores se parecían a la gente que jugueteaba con las radios en los años cincuenta, muchos de ellos también eran apasionados del manga, el anime y los videojuegos. En consecuencia, se fue produciendo una transformación gradual de Akihabara: con la aparición de una nueva generación de consolas (Sega Saturn, PlayStation y Nintendo 64), muchas tiendas empezaron a vender videojuegos, incluyendo productos de manga y anime.

Uno de los momentos que supusieron un antes y un después en esta transición fue el

estreno de la serie de anime *Neon Genesis Evangelion*, que se emitió por primera vez en 1995 y fue un éxito rotundo. Las subsiguientes reemisiones y el estreno de la película en 1997 la convirtieron en una serie de culto que empezó a generar grandes cantidades de dinero (se estima que entre 20 y 30 billones de yenes con la venta de libros, figuras de plástico y otros objetos); las tiendas dedicadas al mundo otaku empezaron a ganar mucho dinero, y muchas se vieron atraídas hacia Akihabara, donde empezaron a multiplicarse.

A partir de aquellos años, las comunidades otaku de Japón y del resto del mundo convirtieron Akihabara en su capital. Con la llegada del siglo XXI, cada vez más tiendas de electrónica se han ido viendo sustituidas por otras que venden manga, anime, videojuegos y otros productos otaku, incluidos algunos para adultos de naturaleza más controvertida.

Aunque la asociación de Akihabara con la cultura otaku ha permitido al barrio ganar cantidades ingentes de dinero y adquirir fama

a nivel mundial, inicialmente la sociedad japonesa tuvo problemas para aceptar a una comunidad que desde 1989 (el año en que el asesino en serie Miyazaki Tsutomu, conocido como el «Asesino Otaku», fue arrestado) había sido considerada como un grupo de *nerds* repulsivos. Esto cambió en 2005 con el éxito de *Densha Otoko* (*El hombre del tren*), que fue el inicio de la aceptación popular de todo lo otaku.

La consiguiente fascinación nacional por todo lo *moe* convirtió definitivamente al barrio en la meca del mundo otaku. El mismo año, la cadena Yodobashi Camera abrió su gigantesca sucursal Yodobashi Akiba; al final de ese año el grupo de chicas *idol* AKB48 debutó en su Teatro AKB48, en el octavo piso de la tienda Don Quijote. Desde entonces Akihabara se ha convertido en una especie de país de las maravillas donde los otakus tienen la posibilidad de ver todos sus deseos cumplidos, pero también descubrir nuevos prodigios que jamás llegaron a soñar.

EXPLORAR AKIHABARA

Una de las cosas buenas de Akihabara es que la mayoría de las tiendas están concentradas en un área relativamente pequeña al oeste de la estación, e incluso las más distantes están a tan solo cinco o diez minutos andando. Chuo-dori (la avenida principal) alberga la mayoría de los establecimientos más grandes; puedes usarla como referencia e ir explorando las calles colindantes a ambos lados para ver las tiendas más pequeñas. Prepárate para una tremenda sobreestimulación visual proveniente de todas las direcciones, con vallas publicitarias gigantescas, luces de neón y música a todo volumen.

Aunque el centro de Akihabara sea pequeño, hay tantas tiendas que es imposible verlas todas en unas pocas horas. Así que, a menos que puedas venir más de una vez, es mejor planear tu visita cuidadosamente. Prepárate para subir montones de escaleras y montarte en infinidad de ascensores; al fin y al cabo, esto es lo más parecido a una búsqueda del tesoro.

Aunque el barrio está abarrotado los domingos, es un buen día para explorar la zona y sumergirte en el ambiente porque es justamente el día que Chuo-dori se cierra al tráfico. Aunque las actuaciones callejeras

que antes eran habituales se prohibieron, aún se puede ver a grupos de gente haciendo *cosplay*.

Este de Chuo-dori General

1 Animate

Desde que abrieron su primera tienda en Ikebukuro en 1983, Animate se ha convertido en la cadena de manga, anime y videojuegos más grande de Japón, con sucursales por todo el país. El local de Akiba es un poco más pequeño que la tienda principal en Ikebukuro,

pero cuenta con siete pisos que venden de todo, incluyendo algunas cosas que solo se encuentran en esta sucursal. En el séptimo piso se organizan eventos a los que asisten autores y actores de voz para firmar autógrafos y hablar con los seguidores. Esta es no es la tienda más barata de Akihabara, pero la variedad de productos es difícil de igualar.

Horario: 10:00-21:00. **Dirección:** 4-3-2 Soto-Kanda. **Web:** animate.co.jp

2 Gamers

Gamers, nacida como una sociedad conjunta entre Animate y la compañía audiovisual Broccoli, está dedicada al manga, el anime y los juegos. En los pisos superiores a menudo colaboran con diferentes artistas (como por ejemplo Nitroplus) y celebran exposiciones de dibujos originales, torneos de cartas coleccionables, etc.

Horario: 9:00-22:00 (1.º piso), 10:00-21:00 (2.º-7.º pisos). **Dirección:** 1-14-7 Soto-Kanda. **Web:** anibro.jp

Manga

3 4 5 Comic Toranoana

Es imprescindible visitar esta tienda (fundada en 1994, cuando el término «otaku» era aún considerado despectivo) si te interesan los cómics autopublicados conocidos como *dojinshi*. Las tiendas A y B están una junto a la otra. La tienda A también dispone de manga comercial, pero se ha hecho famosa universalmente por su gigantesco catálogo *dojinshi* (más de 11.000 títulos). Si lo que buscas son ediciones firmadas o *vintage*, este es tu lugar. La tienda B se especializa en CD, DVD y Blu-rays. Si no tienes suficiente con estos templos dedicados al *dojinshi*, cuentan con más tiendas en Tokio y alrededores (mira el listado en toranoana.jp/shop).

Horario: 10:00-22:00. **Dirección:** 4-3-1 Soto-Kanda. **Web:** toranoana.jp

6 K-Books

Aunque K-Books es una tienda generalista que vende figuras *mecha*, CD, videojuegos y cosas por el estilo, la sucursal de K-Books de Akiba es más conocida por las más de 300.000 publicaciones de las que dispone: manga, *dojinshi*, libros ilustrados y novelas

