

Volver al waifuismo: crónica de la socialización sexoafectiva otaku y su vinculación con el hentai en el siglo XXI

DEL VIGO, Gerardo Ariel (FSOC-UBA/ RIIAM), Argentina –
gadelvigo@yahoo.com.ar

Tipo de trabajo: ponencia

Palabras claves: subjetividad – afecto – hentai – waifuismo

> Resumen

La presente ponencia consta de un breve recorrido sobre los resultados de mi tesis de Maestría en Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires titulada *Love of my waifu: devenires de la socialización sexoafectiva otaku online*; finalizada en 2022 y defendida en 2023. En base al análisis de tres prácticas que se dan en la socialización sexoafectiva otaku en redes sociales -Valentine Waifu Dinner, Pedir el Zelda y Laura Sad- se conceptualizarán una serie de reflexiones sobre esas prácticas, el waifuismo -la vinculación sexoafectiva entre lxs *otaku* y sus personajes de ficción favoritos- y el *hentai* -anime pornográfico- como factores de una subjetivación *otaku*.

> Viajar al Waifuismo: que se hizo y desde que conceptos se abordó el fenómeno

Al partir de los resultados de mi tesis de Maestría en Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires titulada *Love of my waifu: devenires de la socialización sexoafectiva otaku online*; finalizada en 2022 y defendida en 2023, conceptualizaremos al waifuismo en relación a ciertas prácticas que realizan los otaku en sus redes sociales. Este trabajo de investigación se realizó a través de la etnografía virtual de diferentes comunidades *otaku* online, principalmente grupos de Facebook, durante el periodo 2016-2021. Algunas de esos espacios analizadas fueron:

- **Jigoku Eventos:** Grupo privado de la productora de eventos de *manganime* Jigoku Producciones, en 2018 contaba con 30.000 miembros. Hoy cuenta con 1251 miembros.

- **ODBA (Otakus de Buenos Aires):** Grupo privado que nuclea la mayor actividad *otaku* en el AMBA, pero también incluye miembros del resto del país y de Latinoamérica, en su mayoría mexicanos. Pasó de 10.000 miembros a 33.400 entre 2018 y 2021.
- **Universo Otaku:** Grupo privado cuyos administradores residen en Argentina, México y Perú, concentra a 23.500 miembros de toda América Latina.
- **Queergeeks:** Grupo privado que se creó para generar un espacio de intercambio de *fandoms* y tener perspectiva de género. Cuenta con 3751 miembros, número que se mantuvo estable durante el periodo de recolección del corpus.
- **1era Internacional nerda:** Grupo privado que opera como espacio seguro para fans del manganime, cómics, cine, series, videojuegos, juegos de rol, sus miembros mayores de edad. Lo conforman 294 miembros.
- **Frikis de Izquierda:** Grupo privado al que solo se accede contestando una serie de preguntas referidas a perspectiva de género, teoría crítica y bajo aprobación de lxs administradorxs. Sus 264 miembros se consideran antifascistas, antimachistas, antilesbostransfóbicos y antirracistas.
- **Anime Doblaje Argentino:** Fanpage de Facebook que publica a diario memes que realizan apropiaciones argentinas del anime.
- **KnowYourMeme:** Base de datos en inglés que rastrea el origen de miles de memes publicados en Internet.
- **Akibaworld.es:** Foro hispanoparlante sobre waifus y subwaifus
- **Reddit:** Plataforma de intercambio y debates de diversos contenidos agrupados en subforos, particularmente r/waifuism.

La etnografía virtual empleada se relaciona con un marco teórico que respondió a tres campos: los Fan Studies, los estudios sobre *manganime*, y los estudios sobre el giro afectivo respecto de la subjetivación en el capitalismo tardío. Es decir, en primera instancia lxs *otaku* son fans que utilizan ese fanatismo como un fondo de recursos identitarios (Borda, 2021), que se valen del otakismo para constituir su identidad *otaku*. En otras palabras, se trata de las múltiples, complejas y conflictivas significaciones identitarias asociadas con el fanatismo por los objetos de la cultura de masas japonesa (Álvarez Gandolfi, 2014; 2023). Dentro de esta relación identitaria denominada otakismo, se da una práctica fan que fue central en el desarrollo de la tesis defendida, el *Waifuismo/Husbandismo* o *selfshipping*: una vinculación entre lxs fans y sus personajes favoritos, asignándoles un rol sexogenérico bajo los términos waifu -esposa- y husbando -esposo-. La adoración de esos personajes suele ser condenada por la propia

comunidad, o practicada como un placer culpable, razón por la cual el waifuismo suele ser ejercido en espacios privados o seguros (Del Vigo, 2018; 2022).

Estos dos conceptos derivan de diferentes estudios sobre *manganime* en general y sobre otakismo en particular, la mayoría de los miembros pertenecientes a la Red Iberoamericana de Investigadores en Anime y Manga (RIIAM). De esta manera, se pudo dar cuenta de una perspectiva más latinoamericana y nacional, lo cual es una deuda pendiente en un campo cuya difusión suele ser más anglosajona. Al entender al waifuismo como una práctica cuya vinculación se basa en la relación entre lxs *otaku* y sus personajes favoritos, que sucede tanto en privado como en público, también se debe reflexionar sobre qué tipo de subjetividad y cómo operan esos recortes de la ficción en el afecto de lxs waifuistas.

Se trata de una subjetividad conejo (Preciado, 2010), cuyo modo-de-ser es en la performatividad adictiva de la *potentia gaudendi*: toda performance tiene el fin ulterior de obtener una satisfacción frustrante, ya que toda la potencialidad libidinal de lxs sujetos está condicionada por un modelo farmacopornográfico de subjetivación. Es decir, el waifuismo como práctica es ante todo una forma de consumo -de narrativas actitudinales, de rasgos específicos como el *moe*, de merchandising de ese personaje, de la creación de *fanart* o *fanfics* de esa relación- sustentada por el dispositivo pornotópico del dormitorio *otaku* y de los superlugares (Augé, 2007) de las redes sociales (Del Vigo, 2017, 2018, 2022). La necesidad de esa relación entre waifuista y la imagen en la pantalla también conlleva la performatividad de un afecto a medida: la waifu o el husbando son vinculaciones unilaterales personalizadas a las cuales lxs *otaku* dotan de sentido y/o respuesta. En cierto punto, la noción de vinculación porno que postula Daniel Mundo (2017) es útil para pensar la relación *otaku-waifu* como el producto de un sujeto mediado por la pantalla que se excita, esa excitación es a su vez un nuevo sentido que es transmitido por lxs *otaku*. Es decir, lxs *otaku* devienen nodo de pasaje de sentidos y no son meros receptores de la imagen en pantalla. Por otra parte, la prescindencia de otro humano en la pantalla permite que esa excitación generada de la vinculación *otaku-waifu* sea un afecto artificial, en suma, un *aefecto*.

Entonces, si la experiencia se customiza, es posible hipotetizar que el waifuismo (el cual se manifiesta a través del *Valentine Waifu Dinner*, pero también a través del consumo de productos relacionados con ese personaje y en una instancia más compleja, directamente involucrarse sexoafectivamente con esos personajes) permite a lxs *otaku* prescindir del otro, eliminar la empatía por sus pares y en consecuencia eliminar el eros (Han, 2014). Por lo tanto, a pesar de que estos foros y grupos de Facebook son considerados *Save Haven* (Zubernis y Larsen, 2012) o refugios *otaku* que se protegen de la vergüenza extracomunitaria, no dejan de existir lógicas que fomentan la vergüenza comunitaria como el estereotipo de *virgo* que portan lxs *otaku* que les gustan los personajes zooantropomórficos (*furry*).

> Práctica otaku 1: Valentine Waifu Dinner

La performatividad *otaku* se pone en juego durante el evento más importante para el waifuismo, el 14 de febrero: *Valentine Waifu Dinner*, Día de los enamorados o de San Valentín. Durante esta fecha, otaku de todo el mundo publican en redes sociales fotos de su cena romántica con su waifu o husbando.

Esta celebración del waifuismo se originó en Japón durante la nochebuena de 2006 en el hilo "Muestra tu habitación con juegos adultos" del foro BBS BBSPINK/hgame/ (contenido adulto relacionado con 2chan) como una suerte de respuesta irónica a la costumbre contemporánea japonesa de celebrar la navidad – festividad ajena a la cultura nipona- de la misma forma que en Occidente se festeja el día de los enamorados –San Valentín o 14 de febrero-. Así como los japoneses pasan navidad acompañados de sus parejas, los waifuistas –aún no denominados así- de 2chan y otros BBS eligieron mostrarse con sus parejas de ficción: las waifus.

En mayo de 2007, se publicó una compilación en video a través del sitio Nico Nico Douga que luego fue llevada al BBS 2chan con el título Dinner with waifu. Durante el transcurso de ese año, se abrió un hilo similar en el BBS occidental 4chan, adaptado al 14 de febrero y bajo el título Valentine Waifu Dinner. Desde entonces esta exhibición de waifus y husbandos se ha convertido una tradición estacional para los otaku en las redes sociales.

La organización de la foto a tomar se corresponde con ciertos parámetros: en lo posible debe tener un encuadre subjetivo centrado en el punto de vista hacia la waifu o el husbando en la pantalla de la PC o notebook. En el centro de la imagen se coloca la comida (preferentemente torta) y alrededor merchandising de la waifu o husbando en cuestión. A veces puede haber una *dakimakura* en lugar de la pantalla (ver figura 1).

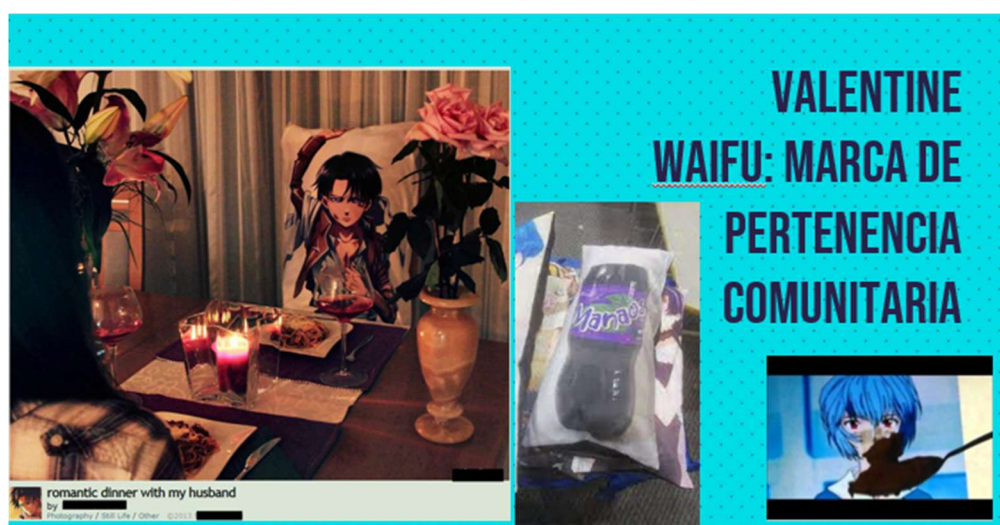


Figura 1 – Diferentes tipos de *Valentine Waifu Dinner*: sin importar el género del personaje e incluso apelando a una apropiación argentina de esa práctica parodiándola con la almohada-*dakimakura* Manaos-chan

Por lo tanto, podemos plantear al *Valentine Waifu Dinner* como una puesta en escena de una vinculación no solo entre los *otaku* y sus pares, sino también entre waifuista y waifu. Incluso se trata de reflexionar sobre aquello que suele escapar a la reflexión: la pérdida de la conciencia de sí mismo, la conexión total entre la pantalla y el usuario. La indistinción entre lo real y lo virtual, la concreción de esa potencialidad de la que el medio le exige al espectador ser parte: comulgar a través de la pantalla con su deseo. Una especie de carácter positivo de la dependencia o la adicción. El medio le exige al espectador considerar real lo que no es (Mundo, 2017). Sin embargo, esta relación no es del todo homogénea, aunque pretenda serlo.

➤ Práctica otaku 2: Pedir el Zelda

Otra de las prácticas de socialización sexual de las comunidades *otaku* es la de *pedir el Zelda*, o sea, pedir el enlace de Internet de un video o imagen pornográfica. Se analizará la circulación de contenido pornográfico dentro de las comunidades *otaku* con el fin de describir la lógica de las publicaciones pornográficas vedadas en grupos de Facebook y el código utilizado por los *otaku* para hacer circular información a pesar de la censura. En estos espacios los memes cumplen la función de difusión de contenido prohibido (ver figura 2).

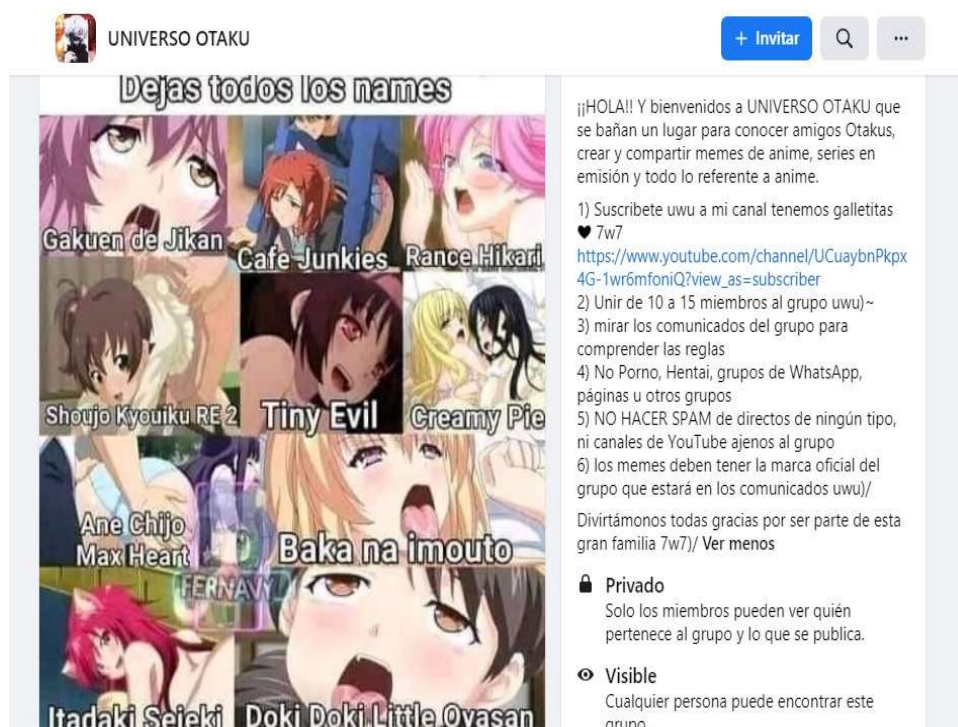


Figura 2 – Ejemplo de post que deja el *zelda* o *name* de *anime hentai* en un grupo de Facebook

El procedimiento es el siguiente: un usuario publica un post con un meme aludiendo a algún chiste intracomunitario o alguna referencia de doble sentido y otros miembros interesados en el contenido (*hentai*) piden que se publique el nombre o la página para poder verlo, incluso cuando las propias reglas del grupo de Facebook indican explícitamente que está prohibido publicar pornografía.

¿Pero de dónde proviene el término? Para entender por qué se dice *pasar el Zelda*, primero tenemos que entender el significado del término *link*, es decir *enlace* en inglés. Link refiere al hipervínculo que reenvía a la página del contenido aludido en el meme, o sea, el sitio web donde poder ver esa película *hentai*. Sin embargo, hay otro rasgo polisémico: Link se llama el protagonista de *The Legend of Zelda* (Nintendo, 1986), la saga de videojuegos de rol y aventura producida por Nintendo. Entonces pasar el link, es *pasar el Zelda*, dando cuenta el entrecruzamiento y sobredeterminación de consumos (Carpenzano y Del Vigo, 2014) que hacen imposible encasillar a los y las *otaku* solo dentro del *manga* y el *anime*.

Si bien mediante la práctica de *pedir el Zelda* podemos observar una suerte de circulación de contenido pornográfico, al mismo tiempo la mención o la forma en la que se trata al sexo desde estas interacciones *otaku* no deja de ser oblicua e inabarcable de forma directa. El uso de sinónimos, de códigos en forma de chiste como los diferentes memes con los cuales se pide el enlace sin hacer explícito el deseo de sexo, nos demuestra que incluso en los *safe havens* las expresiones y exhibiciones de estos yo *otaku*, yo *fujoshi*, yo waifuista, yo *furry* o *yiff* siguen estando veladas por fórmulas de decoro o de culpa; ya sea por las propias reglas de las redes sociales (como sucede con Facebook) o por los propios imaginarios sobre la sexualidad que se repiten dentro y fuera de las mismas comunidades. Al mismo tiempo, comunicar o pedir pornografía camuflada en forma de memes y chistes permite poner en circulación ciertos discursos sobre cuáles consumos son aceptados tácitamente y cuáles consumos son rechazados, pero culposamente admitidos (ver figura 3)



Figura 3 – Meme sobre *NTR* y un componente moral en el consumo de *hentai*

Tal es el caso que se puede observar con la figura anterior, con los memes del subgénero de *hentai NTR*, que es similar al *cuckold* del porno occidental. Ante este tipo de *anime* pornográfico, cuya temática es la infidelidad femenina, los comentarios de los *otaku* suelen rechazar la idea de excitarse viendo una escena de infidelidad hacia un personaje masculino, o admiten que ese tipo de pornografía es un placer moralmente culpable. Ese deseo de afecto puede advertirse en la proyección del *otaku* en el personaje que sufre la infidelidad y por lo tanto, identificarse con esa situación de daño afectivo. Entonces, aparecen comentarios que no pueden disociar la ficción de lo que estos fans sienten íntimamente. Por ejemplo: "los que aman el NTR no merecen el amor verdadero".

➤ Práctica otaku 3: Laura Sad

Al mismo tiempo que hay un intercambio de pornografía en estos SafeHaven o espacios seguros como afirman Zubernis y Larsen (2012); existen una serie de publicaciones, en su mayoría entre la medianoche y el amanecer, que a veces son etiquetadas como #laurasad *Laura Sad/La Hora Sad* y en otras oportunidades está tan internalizado el término que directamente no se lo menciona, pero los miembros del grupo lo sobreentienden. La temática principal de este "momento del día" es más íntima y las consultas suelen referirse a problemas afectivos y sexuales. El término es una expresión coloquial que deriva de denominar a las horas nocturnas como las horas tristes, las horas sad, la hora sad, *Laura Sad* (ver figura 4).



Figura 4 – Posteo frecuente de LauraSad y consultorio sentimental improvisado

En la figura anterior se observa un posteo que busca una respuesta empática de sus pares ante una situación de malestar afectivo. Al mismo tiempo se muestra la descripción del grupo como un espacio para compartir cotidianeidad y emociones, más allá de expresar la preferencia por un *fandom* en particular. Podríamos decir que, bajo la etiqueta de nerd, termina englobando a diferentes *fandoms* que incluyen el consumo de *manganime*, videojuegos, cómics, películas de fantasía y/o superhéroes y juegos de rol entre otros. Este momento de confesión, de narrativa terapéutica (Illouz, 2010), permite volver a la instancia de comunidad solidaria. Es el espacio en el cual los y las *otaku* son recibidos sin temor al escarnio o la vergüenza.

El apoyo de la comunidad es constante, así como también la asunción de determinados discursos que también circulan fuera del *fandom otaku*: “billetera mata galán”, “la belleza es un atributo de las personas felices y buenas”, etc. Se mide –como en otras comunidades no *otaku*– el éxito sexoafectivo en cantidad de amantes, o por lo menos el número suficiente para no ser considerado *virgo*. O sea, persiste el estereotipo del fan como inepto sexual, pero principalmente como inepto social.

➤ **Volver al Waifuismo: reflexiones sobre el abordaje a la socialización sexoafectiva otaku en redes sociales**

Se presentó un recorrido que permitió plantear a las subjetividades *otaku* como un aspecto más de las culturas fan, recorriendo lugares en común y puntos de distinción específica con el propósito de expandir ese fondo de recursos identitarios para poner en juego el estatuto de comunidad y demarcación de los *otaku* en su campo. Por lo tanto, la práctica del waifuismo nos servirá para presentar una subjetivación en la que el otakismo se reviste de aspectos sexoafectivos. La exposición de los *otaku* a través de las redes sociales se condice con una socialización conectiva que permite generar mitos que fomentan la cohesión de sus comunidades. De esta manera, podemos presentar al waifuismo como la práctica transversal de la subjetivación sexual y afectiva, así como también de las vinculaciones hacia los demás miembros de la comunidad: desde el extremo del consumo paródico, pasando por la muleta afectiva, hasta llegar a la simulación del matrimonio. Bajo ese espectro podemos abrir el desarrollo de las identidades *otaku* a través del uso intensivo de las redes sociales.

Los *otaku* no exhiben cualquier cosa. Publican sus instantes festivos y alegres. La tristeza, la desazón y la angustia sólo caben en la medida en que sus efectos sean compartidos, para buscar aliento y apoyo, o para recalentar la indignación. Lo importante no es la exposición por la exposición, sino que lo que se exponga esté catalogado y registrado. Ese *like* no se consigue solo.

Si Whatsapp, Facebook, Instagram, Twitter, Tumblr, resultan cómodos y perfectos para la socialización *otaku* es porque su sensibilidad y su deseo de exhibición o comunicación ya habían sido entrenados. La virtualidad no exige inmersión, exige transferencia. La interpelación no se da con lo que falta –una persona–, sino con aquello que completan los *otaku*. El usuario se ve permanentemente compelido a responder y reaccionar a los mensajes. Allí está el goce, en el reconocimiento de la respuesta. Para que haya vínculo tiene que haber mediación. ¿Pero qué se da en esa mediación?

Lo que se sucede en esa mediación es una puesta en juego de la subjetividad *otaku*, de un modo de ser y estar en el mundo que permite a los fans del manganime construir espacios identitarios a través de la exhibición de sus prácticas fan. Estas comunidades de práctica que se conforman en Internet permiten a lxs *otaku* expresar una fachada pública que varía según el pacto performativo que tengan: en algunos espacios asumirse waifuista *furry* o escribir ficción para las *fujoshi* puede ser aceptado, y en otros espacios *otaku* no. Es decir, la subjetividad *otaku* –como otras formas de ser en el mundo– se vale de modos de acción –prácticas– que le permiten exhibir diferentes narrativas identitarias que pueden coexistir en el mismo sujeto.

Ampliando la búsqueda de estos rasgos que hacen arder los corazones *otaku*, podemos observar que esta decodificación y significación de la subjetividad *otaku* también opera en base al conocimiento de ciertos discursos, rasgos o elementos catalogados. Por ejemplo: la disposición de las habitaciones, la exhibición de ciertos objetos como *gashapon* o *dakimakura*, la elección de determinados personajes o las opiniones de los integrantes del fandom, quienes consideran que un anime nuevo debe traer una o más waifus. Se puede hablar de una búsqueda de vinculación, ya no solo a nivel *otaku*-waifu, sino también a nivel intracomunitario, hacer crecer un sentimiento de pertenencia, una necesidad social que arde y se satisface a través de categorías compartidas como el *moe* (sentimiento de afecto hacia un personaje que suele tener determinados rasgos como ojos enormes o actitudes más adorables o *kawaii*).

Entonces, la práctica del waifuismo como exhibición se da en el marco de un protocolo de conducta *otaku*, no específicamente como una demostración –llamémosle– real de afecto hacia un personaje, sino más bien como una forma de validación intracomunitaria. Como sucede con el fenómeno del *Valentine Waifu Dinner*, la exposición multitudinaria de la comunión entre los fans y sus personajes por los cuales sienten afecto –la pantalla siendo alimentada–, esta exhibición de un yo espectacular *otaku*, resulta más una confirmación de la identidad *otaku* que una práctica sexoafectiva. Sin embargo, siempre hay espacio para que ese sentimiento, ese ardor privado, se cuele en el discurso waifuista.

La socialización *otaku* es un proceso que está sostenido por múltiples dimensiones, variables y prácticas. Entran en juego tanto la subjetividad como la construcción de identidades y formas específicas de interacción con los pares, pero el elemento en común es la vinculación –ya sea por amor o por odio– con

algún personaje de ficción. Es decir, el waifuismo, entendido como una narrativa terapéutica (Illouz, 2010).

Para poder abordar el fenómeno del waifuismo debemos entender también cómo es la relación entre sexo, afecto y tecnología. Se trata de la comercialización de los afectos, de la customización de la experiencia. ¿De qué forma? A través de los productos de las industrias culturales, en este caso manganime y videojuegos que tienen personajes y tramas con rasgos *moe* para interpelar a su público objetivo. Si bien estos productos provienen de la cultura pop japonesa y ya tienen ciertas narrativas previstas –como sucede con los videojuegos de crianza y las *visual novels*–, en última instancia son los waifuistas quienes decodifican esos relatos y prosumen nuevas vinculaciones.

Ahora bien, esta apropiación del sentido de *amae* –ese deseo por una relación de dependencia y cuidado, casi como un síndrome de *Florence Nightingale*– se mezcla con las ideas de amor romántico occidental y de pureza sacra: el afecto se demuestra cuidando a la waifu indefensa. La waifu debe ser pura y jamás profanada: el sexo ocupa el lugar de la profanación. Para subsanar el conflicto entre afecto y deseo que aqueja a los waifuistas, se pone en juego la categorización de la subwaifu como una suerte de objeto sexual para evitar contaminar la pureza inmaculada de la waifu principal. Casi como una mimesis de la figura de la meretriz que sacia el deseo que la esposa –por decoro– no debe satisfacer. Con lo cual, aparecen imaginarios que preceden al waifuismo y que siguen sosteniendo una hegemonía discursiva (Angenot, 2010) que soporta un discurso de dominación patriarcal.

Al mismo tiempo, estos mismos mecanismos –husbando y subhusbando– también son utilizados en comunidades *fujoshi* en las cuales ambos varones –*seme* y *uke*– pueden ser tanto objeto de afecto como sexual o dividirse en relatos más afectivos –como los *fanfics angst*– que explícitamente sexuales –como los *fanfics slash*–. Es decir, se sigue repitiendo la misma dinámica vincular de una relación sexoafectiva en la cual un sujeto tiene poder sobre el otro. Dinámica social que, a pesar de las posiblemente infinitas posibilidades de identificarse con múltiples géneros e identidades sexuales, sigue atada al concepto de matrimonio burgués: vuelve a repetirse a través del par esposa/esposo, la waifu y el husbando siguen cumpliendo el rol matrimonial.

Entonces, por una parte, persisten ciertos imaginarios sobre lo que deben ser el amor y el sexo que circulan en la apropiación que los waifuistas hacen de su relación con las waifus. Por otra parte, está la lucha por el reconocimiento de capacidades sociales y sexoafectivas que tienen los *otaku* tanto dentro de la comunidad como fuera de ella. Esta búsqueda por una aceptación que excede a la ética *otaku* (Okabe, 2011) y permite evitar la etiqueta virgo produce tensiones, frustraciones y angustias en los miembros de este fandom. Una forma de paliar esa ansiedad y ese miedo al fracaso sexoafectivo es justamente recurrir a la ficción, a la waifu, al husbando. No solo para constituir expectativas de modelos

sexoafectivos, sino también para compartir y circular narrativas terapéuticas que permitan sobrellevar la tensión y la ansiedad de la socialización. Se trata de conformar espacios seguros en los cuales se produzcan narrativas que puedan satisfacer las necesidades *otaku*.

Es así como las prácticas del waifuismo, particularmente la *Valentine Waifu Dinner*, tanto en forma de chiste como de un compromiso serio, permiten a los waifuistas lidiar de manera irónica ante la imposibilidad de pasar en pareja una fecha como el día de los enamorados, o para reafirmar una posición que a los ojos de un sujeto ajeno a estos prosumos puede parecer sociópata, aunque para el fandom simplemente sea una marca de pertenencia comunitaria. Para pertenecer hay que exhibirse, pero siempre en los parámetros implícitos de la fachada pública.

Nuevamente el amor queda separado del sexo, un sexo que se hace público solo a través del humor o de la culpa, como sucede con la práctica de *pedir el Zelda*. Se hace visible también una suerte de doble moral: por un lado, se condena por virgo al *otaku* que admita que se masturba con *hentai* y a la infidelidad femenina vista en el subgénero *NTR*; y por la otra, los comentarios de esas publicaciones no dudan en pedir el acceso a esos contenidos *rikolinos* y *zukulentos* como dicen esos mismos nativos.

En medio de esa vorágine moral contradictoria, los *otaku* en general –y los waifuistas en particular– encuentran en estos *safe havens* un espacio y un tiempo para poder sanar su dolor: *Laura Sad*. A través de esos posteos en las horas donde todos duermen, circulan narrativas de confort, consejos, memes que dan ánimo a los miembros angustiados de la comunidad. Aunque siempre hay espacio para los *trolls* y el *flaming*, cuando los *otaku* necesitan ayuda, la comunidad responde de manera positiva.

Por lo tanto, en este devenir de la socialización *otaku*, el waifuismo actúa como una suerte de narrativa o muleta afectiva, ante la imposibilidad de un contacto cara a cara, lo que se exhibe en la pantalla es lo que vale en esa superlocalización online (Augé, 2007). Es decir, no solo es una demostración de afecto hacia un personaje de ficción, o de deseo sexual, sino que es una puesta en escena del *self* dentro del *fandom otaku*. Una performance que asegura la pertenencia identitaria, incluso confesando deseos o placeres que podrían ser considerados vergonzantes dentro y fuera de la comunidad.

Bibliografía

- Álvarez Gandolfi, F. (2014): Subcultura otaku. Representaciones, prácticas e identidades juveniles de los fans del manga y el anime en Argentina, Tesina de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, mimeo.
- (2016): "Problemáticas en torno de las ciberculturas. Una reflexión sobre las posibilidades y los límites de la etnografía virtual", en Revista de estudios culturales de la Universitat Jaume I. vol XVI, pp. 7-20.
- (2017): Fanatismos contemporáneos y cultura de la convergencia. Un estudio online sobre la construcción de identidades juveniles en torno del consumo de manga y anime en Argentina, Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, mimeo.
- (2021): "Volver a pensar el otakismo", en Fanatismos. Prácticas de consumo de cultura de masas, Prometeo, Buenos Aires.
- Ardèvol, E.; A. Estalella; D. Domínguez (2008): "Introducción: la mediación tecnológica en la práctica etnográfica" en Ardèvol, E.; Estalella, A.; Domínguez D. (coords.): La mediación tecnológica en la práctica etnográfica. Actas del XI Congreso de Antropología de la FAEE, Ankulegi, San Sebastián.
- Angenot, M. (2010): "El discurso social: problemática de conjunto", en El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Augé, M (2007). "Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana", en Revista Contrastes, N° 47. Disponible en:
<https://asodea.files.wordpress.com/2009/09/auge-marc-sobremodernidad.pdf>
- Azuma, H. (2011): "Database animals", en Ito, M., Okabe, D. y Tsuji, I. (comp.): Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World, Yale University Press, New Haven.

- Baudrillard, J. (2007): "Las estructuras de colocación" y "Hacia una definición del consumo" en El sistema de los objetos. Siglo XXI, Ciudad de México.
- Berardi, F. (2017): Fenomenología del fin, Caja Negra, Buenos Aires.
- Bogarín Quintana, M. J. (2011). "Kawaii. Apropiación de objetos en el fanático de manga y anime", en Culturales, Vol. VII, N° 13, pp. 63-84. Tijuana: Universidad Autónoma de Baja California. Disponible en:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912011000100004
- Borda, L. (2008): "Fan fiction: entre el desvío y el límite". En Alabarces, Pablo y Rodríguez, María Graciela (comps.) Resistencias y mediaciones. La cultura popular en la Argentina contemporánea, Paidós, Buenos Aires.
- (2012): Bettymaníacos, luzmarianas y mompirris: el fanatismo en los foros de telenovelas. Tesis doctoral en Ciencias Sociales, mimeo.
- (2015): "Fanatismos y redes de reciprocidad", en La Trama de la Comunicación, Volumen 19.
- (2021): "Introducción", en Fanatismos. Prácticas de consumo de cultura de masas, Prometeo, Buenos Aires.
- Borda, L. y Álvarez Gandolfi, F. (2014): "'Viejos criticando el anime'. Luchas simbólicas entre otakus y medios", en Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 11(21), 98-109.
Disponible en: <http://www.alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/591/365>
- Borda, L. y Álvarez Gandolfi, F. (comp.) (2021): Fanatismos. Prácticas de consumo de cultura de masas, Prometeo, Buenos Aires.
- Butler, J. (2002): Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del sexo, Paidós, Buenos Aires.

- Carpenzano, N. y Del Vigo, G. A. (2014): Más allá del mundo feliz del fin de semana: Cosplay en la Argentina, Tesina de licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, mimeo.
- (2021): "El concurso de cosplay: dinámicas e interacciones subculturales", en Borda L. y Álvarez Gandolfi, F., Fanatismos. Prácticas de consumo de cultura de masas, Prometeo, Buenos Aires.
- Cobos, T. (2010): "Animación japonesa y globalización. La latinización y la subcultura otaku en América Latina", en Razón y palabra N°72.
- Correia Lourenço, A. (2008): "Otaku. Construção e representação de si entre aficionados pela cultura pop nipônica". Tesis de Doctorado en Antropología, Programa de Pós-graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Inédito.
- Deleuze, G. (1990): "¿Qué es un dispositivo?", en AA.VV.: Michel Foucault, Filósofo, Gedisa, Buenos Aires.
- Del Vigo, G. A. (2022): Love of my waifu: devenires de la socialización sexoafectiva otaku online Tesis de Maestría en Comunicación y Cultura. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales.
- (2018): "Be my Valentine Waifu". Revista Kamandi. Disponible en <http://www.revistakamandi.com/2018/05/30/be-my-valentine-waifu-amor-fanatismo-identidad-otaku/>. 30 de Mayo de 2018.
- Doi, T. (1981): The anatomy of dependence: The key analysis of Japanese behavior, Kodansha, Tokio.
- Douglas, M. e Isherwood, B. (1979): El mundo de los bienes: Hacia una Antropología del consumo, Editorial Grijalbo, México.

- Esquivel Flores, A. X. (2016): "Yaoi: Pornografía homoerótica para mujeres" en Límulus. Disponible en https://www.academia.edu/11850982/Yaoi._Pornograf%C3%ADa_homoer%C3%B3tica_para_mujeres
- Fernández, P. (2015): "¿Hallyu vs. Cool Japan? Las relaciones Corea-Japón desde la perspectiva de las industrias culturales" en Revista RACEI N°1, pp 48-61. Disponible en: <https://issuu.com/racei/docs/revistaracein1>
- Galbraith, P. (2014): Moe Manifesto: An Insider's Look at the Worlds of Manga, Anime, and Gaming. Tuttle, Clarendon.
- Goffman, E. (1998): La presentación de la persona en la vida cotidiana, Amorrortu, Buenos Aires, 1ra. ed. 1959.
- González Quirós, J. L. (1998): El porvenir de la razón en la era digital, Síntesis, Madrid.
- Grignon, C. y Passeron, J. C. (1991): "Dominomorfismo y dominocentrismo", en Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y en literatura, Nueva Visión, Buenos Aires.
- Han, B. C. (2014): La agonía del Eros, Herder, Barcelona.
- Haraway, D. (2015): "Anthropocene, Capitalocene, Plantationocene, Chthulucene: Making Kin" en Environmental Humanities, vol. 6, pp. 159-165.
- Herrera Carrasco, J. (2017): Otaku, cuatro décadas de animación japonesa en Chile. Biblioteca de Chilenia, Santiago de Chile.
- (2021): Las guerras estéticas, los otakus en el estallido social y otros textos. Biblioteca de Chilenia, Santiago de Chile.
- Illouz, E. (2010): ¿Por qué duele el amor?, Katz, Madrid.

- Ito, M., Okabe, D. y Tsuji, I. (comp.) (2011): Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World, Yale University Press, New Haven.
- Jenkins, H., Ford, S. y Green, J. (2015): Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red, Gedisa, Barcelona.
- Lissardi, E. (2013): "El cuerpo pornográfico", en La pasión erótica. Del sátiro griego a la pornografía en Internet, Paidós, Buenos Aires.
- Mundo, D. (2017): Variaciones sobre el porno, Dedalus, Buenos Aires.
- Okabe, D. (2011): "Cosplay, Learning, and Cultural Practice" en Ito, M. , Okabe, D. y Tsuji, I. (comp.):Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World. Yale University Press, New Haven.
- Peláez Sagástegui, E. (2020): Lolicon: una aproximación cultural y de género a la "pornografía infantil japonesa". Disponible en https://www.academia.edu/44122866/Lolicon_una_aproximaci%C3%B3n_cultural_y_de_g%C3%A9nero_a_la_pornograf%C3%ADa_infantil_japonesa
- Preciado, P. (2010): Pornotopía: arquitectura y sexualidad en Playboy durante la Guerra Fría, Anagrama, Madrid.
- Saxe, F. (2015): "La noción de performatividad en el pensamiento de Judith Butler: queerness, precariedad y sus proyecciones / The notion of performativity in the thought of Judith Butler: queerness, precariousness and projections", Estudios Avanzados, N° 24, Diciembre 2015, ISSN 0718- 5014, IDEA-USACH, Santiago de Chile, pp. 1- 14
- Sibilia, P. 2008): "El show del yo" y "El yo espectacular: la gestión de sí mismo como una marca", en La intimidad como espectáculo, FCE, Buenos Aires.

Yehya, N. (2013): "Sexo y paranoia", en Pornocultura. El espectro de la violencia sexualizada en los medios, Tusquets Editores, México.

Zubernis, L. y Larsen, K. (2012): Fandom at the crossroads: Celebration, shame and Fan/Producer relationships, Cambridge Scholars, Cambridge

