



Itasha Tokyo 2013

Kawaii!

Evento | En Japón todo es diferente. En especial para su ideal de belleza. En Europa la gente quiere un coche masculino y robusto. Un BMW con la mirada enojada, un Audi que expresa autoconfianza o sencillamente un Hummer intimidante. En Japón buscan algo encantador y adorable. Cohechitos enternecedores son muy populares, y para la gente que quiere aún más mono existe una cosa llamada "Itasha". Autozine visitó un evento Itasha en la ciudad de Tokio para investigar el exacto significado de Itasha...

Hasta el año 2006 el fenómeno de poner adhesivos a vehículos era cosa para compañÃ-*as*. Camiones llevaban el nombre de la empresa, coches deportivos llevaban el nombre de los patrocinadores. En Akihabara, el distrito de la electrÃ-*on* de Tokio, el dueÃ-*o* de un Honda Civic tuvo una idea radicalmente diferente. El decoró su coche con imÃ-*g*enes de su cÃ-*o*mico favorito, o "manga" en japonés.



Su iniciativa encontró rápidamente seguidores y en un parqueo central en Akihabara se reunieron los "Itasha

nori" (dueños de coches con adhesivos) para enseñar sus obras de arte rodantes. En 2008 fundaron la revista "Itasha Graphics Magazine" y organizaron los primeros eventos. La primera vez llegaron 300 participantes.



De la primera hora

Por motivo del Tokyo Motorshow 2013 organizaron el octavo evento oficial Itasha. Uno de los favoritos desde el comienzo también estuvo presente: un

Nissan Sylvia "Lovely" en los colores azul, púrpura y negro. Este coche fue adaptado de forma rigurosa tanto por afuera como por dentro. Es uno de los favoritos del público.



Hoy en día la mayoría de los adhesivos salen listos de la impresora, pero en el comienzo de Itasha esta tecnología no existía. El coche blanco "Favorite" es el resultado de cortar y pegar laminas durante tres meses, tres horas por día. El propietario conduce este coche especial solamente de su casa a su oficina. Cuenta orgullosamente que prácticamente cada día le sacan fotos. Con razón!



Otro participante que llama la atención es el Toyota Hi-Ace blanco que no tiene adhesivos, sino que es adornado con plumón! El coche es un perfecto ejemplo de Itasha, porque no trata en absoluto del vehículo, sino del embellecimiento. Es más: furgones y monovolumenes son más populares porque tienen más campo para adornar.

El tuning de los coches no es popular entre los participantes. Aparte de un estuche de ruedas llamativas, apenas un 40 por ciento ha cambiado algo en la parte mecánica de su coche. Los sistemas de audio tampoco son populares: alrededor de 30 por ciento tiene un sistema de sonido nuevo.



No "enchúleme la máquina"

Una excepción de la regla "no se trata del coche, sino del Itasha" es el Daihatsu Midget 2 del fotógrafo "De le Metallica". Es una réplica de un clásico, que el dueño de esta compañía emplea como tarjeta de visitas sobre ruedas.



En la anterior versión del evento Itasha, el primer premio fue para un coche casi discreto. El dueño de un monovolumen blanco adaptó solamente la parte

trasera de su coche. Qué bonito! Ha reemplazado completamente el portón trasero por una escultura! Es la mejor prueba que Itasha es completamente diferente a "enchúlame la máquina". Enchular es crear una sensación de choque con la demostración de mal gusto, mientras que Itasha es una forma de arte..



personaje "Hatsune Miku". Cuando no es para fines comerciales, todo el mundo puede copiar y dibujar Hatsune libremente.



Aparte de Hatsune se encuentran prácticamente todos los personajes tiernos de manga, los tã-picos cómics japoneses. Algunas participantes van hasta el extremo de preguntar al artista de su manga favorita si él quiere diseñar su coche. Itasha puede ser un hobby costoso: el texto debajo de una parrilla significa libremente traducido: "Ya no tengo amigos".

Manga

El carácter de historietas favorito entre los participantes es "Hatsune Miku". Hatsune Miku es un asã-llamado "vocaloid", o sea un ordenador cantante. Las mujeres cantantes con vocecitas muy elevadas son populares en Japón. Sin embargo, un ordenador puede cantar aún más alto. Este "sintetizador que canta" es entonces muy popular.

Para poner una cara en los vã-deos desarrollaron el



Muy original es el Abarth 500 con adhesivos en tres dimensiones. Sãrvase traer sus propias gafas tridimensionales para poder admirar el resultado en su gloria intentada.

La mayorã-a de los "Itasha nori" son hombres, pero Saori Amu es la reina no coronada de Itasha. Con su rosado Suzuki Lapan (una versión para Japón del Alto) gana montones de condecoraciones y copas. Saori no ha elegido un personaje manga, sino su vã-deojuego favorito. El maletero del Suzuki es "tapizado" con pantallas alrededor para que ella juegue su favorito "Tohou Project".



Ahora en tu concesionario

El evento Itasha 2013 fue organizado alrededor de "Mega Web"; la más grande vitrina de Toyotas en el mundo. Toyota es la primera marca en ofrecer modelos Itasha. El comprador puede elegir entre un par de diseños, que son aplicados por el concesionario. Los Toyota Aqua y GT86 están ahora disponibles en versión Itasha. Por supuesto, solamente en Japón.



Conclusión

El idioma japonés no es tan complicado. Durante el octavo evento oficial "Itasha", saber una palabra era suficiente: "kawaii" (adorable). En Japón los coches no son masculinos sino adorables. Las muchachas no son sexys sino adorables. Itasha lleva este concepto un paso más allá. Con adhesivos y un sinfín de accesorios elevan "adorable" a una forma de arte.

Por la ocasión del Tokyo Motorshow 2013, se reunieron los aficionados de Itasha para mostrar sus obras al público general. El público sin excepción estaba entusiasmado, ya que todo el tiempo se escuchaba: "kawaii, kawaii". Y ese era justamente el objetivo de los participantes! ■

