

ANIMACIÓN JAPONESA Y GLOBALIZACIÓN: LA LATINIZACIÓN Y LA SUBCULTURA OTAKU EN AMÉRICA LATINA

Tania Lucía Cobos¹

Resumen

La globalización suele entenderse como la “occidentalización” del mundo, sin embargo, esto no es así. En el marco de este suceso se generan otras dinámicas como la que se analiza en este ensayo, la latinización del *anime* y *manga*, productos culturales provenientes de Japón y el surgimiento de la subcultura *otaku*, todo lo anterior, gracias a los procesos constantes de desterritorialización, reterritorialización e hibridación.

Abstract

Globalization is often understood as the "westernization" of the world, however, this is not true. As part of this event, other dynamics are generated as discussed in this essay, the latinization of *anime* and *manga*, cultural products from Japan and the emergence of the *otaku* subculture, all the above, thanks to the ongoing processes of deterritorialization, reterritorialization and hybridization.

Keywords

Anime, manga, otaku, latinización, globalización, japon, animación, latinoamérica / anime, manga, otaku, latinization, globalization, japan, animation, latin america.

Usualmente la globalización ha sido entendida como la occidentalización, o más puntualmente como la “americanización” del mundo liderada por los Estados Unidos. El gran volumen de exportación de productos culturales (cine, televisión música), el dólar, el inglés, las empresas trasnacionales, la alimentación (Coca-cola y McDonald’s), las innovaciones tecnológicas (especialmente Internet), el ámbito militar, y un largo etcétera, han dado a entender, a primera vista, que esta superpotencia está colonizando a las otras naciones. Sin embargo, es un craso error pensar que ésta se genera en una sola vía, tal como lo afirma el sociólogo Anthony Giddens (1999: 25) en su libro *Un Mundo Desbocado*: “La globalización es, pues, una serie compleja de procesos y no sólo uno. Operan, además de manera contradictoria o antitética”.

De la misma manera, el autor habla sobre un fenómeno al que llama “colonización a la inversa”, es decir como las culturas provinciales, que se supone son reducidas por esta dominación, emergen e impactan también en las otras naciones incluyendo los Estados Unidos. “La globalización es la razón del surgimiento de identidades culturales locales en diferentes partes del mundo” (Giddens, 1999: 25). Lo anterior es visible por ejemplo, según el mencionado autor, en la latinización de Los Ángeles o la brasilización de Portugal.

En el caso de América Latina, en menor medida, se evidencia una orientalización ocasionada por la llegada del *anime* (アニメ) y el *manga* (漫画), productos culturales provenientes de Japón, generándose un proceso de desterritorialización – reterritorialización evidente en la latinización del *anime* y el *manga*, y el subsecuente surgimiento de la subcultura *otaku* (オタク) como producto de la hibridación. Ambos objetos de este ensayo.

Breve reseña del *Manga* y *Anime*, según occidente

Manga (漫画) es la palabra japonesa con que se conoce en el contexto occidental a las tiras cómicas, historietas o cómics hechos en este país. Traduce literalmente “dibujos caprichosos” o “garabatos” y quienes lo dibujan reciben el nombre de *mangaka*.

Aunque por lo menos desde el siglo XII se habían dado los primeros pasos en este género, con relevancia en los aportes, entre otros, del británico Charles Wirgman, del francés George Bigot (ambos radicados en Japón) y de los nipones Rakuten Kitazawa y Kikuo Nakajima, fue después de la Segunda Guerra Mundial, para 1947, cuando Osamu Tezuka publicó unas historietas que tenían una clara influencia de Walt Disney. El estilo de animación en viñetas y los rasgos de los personajes, además de la serialización, guardaban similitud con el trabajo de este animador estadounidense.

En 1952 nació a manos de este dibujante *Tetsuwan-Atom*, más conocido como *Astroboy*, que sería considerado la consolidación del género *manga* como tal y lo que le valió a Tezuka el título del *dios del manga*.

Astroboy cuenta las aventuras de un niño robot con sentimientos humanos, de ojos grandes y orejas en forma de pico sobre su cabeza negra (muy al estilo de Mickey Mouse), que fue creado por Doctor Tenma, un científico del Instituto de Ciencias del Japón, a la imagen y semejanza de su hijo que había fallecido en un accidente de tránsito. Astro posee visión de rayos X, súper oído, una gran inteligencia artificial, cohetes en sus botas y brazos, una potencia de 100 mil caballos de fuerza y dos pequeñas armas instaladas en su trasero. La trama gira alrededor de la necesidad de Astro de recargar sus baterías, así se van incorporando otros personajes, las persecuciones de los enemigos que intentarán capturarlo para desarmarlo y copiarlo, entre otras situaciones.

Vale la pena destacar que si bien es cierto, el *manga* es una creación japonesa con influencia de occidente, su desarrollo ha sido muy diferente al *cómic* estadounidense y a cualquier otra expresión gráfica. Las historias poseen una trama argumental profunda y compleja (dualidad comedia/tragedia, desfilan diferentes aspectos de la vida, anécdotas de la rutina diaria, sentimientos íntimos de las personas comunes y corrientes, son fantasiosos e imaginativos al extremo, violentos y con finales no siempre felices), referencias culturales (influencia del budismo, sintoísmo, bushido y de occidente, el cristianismo) y diferentes espacios narrativos (historias desarrolladas en Japón, China, Estados Unidos y otros países europeos).

También posee un formato de lectura propio (de derecha a izquierda y de arriba hacia abajo en forma horizontal), uso casi exclusivo de sombras e intercambios entre blanco y negro, fino diseño de los personajes (incluyendo el estilo característico de ojos grandes que les otorgan expresividad), onomatopeyas detalladas e imágenes auditivas (dibujar el sonido que produce una gota de agua al caer en un lago), de cualidad cinematográfica que “implica el uso de diferentes perspectivas y efectos visuales que operan “descomprimiendo” la escena; una acción, por ejemplo, puede desarrollarse a través de muchos cuadros y varias páginas. Para el manga, la profusión de texto resulta innecesaria, las escenas son suficientemente claras como para necesitar palabras que las expliquen.” (Papalini, 2006: 32).

El *manga* se encuentra clasificado en una variedad de géneros de acuerdo al público al que va dirigido y a su temática (esto no es estándar ya que dada su riqueza y producción pueden combinarse entre ellos o mutar en uno nuevo):

Shounen (dirigido a una audiencia masculina y con dosis de violencia), *Shoujo* (dirigido usualmente a un público femenino adolescente, con historias de fantasía, magia, amor y aventuras y personajes masculinos feminizados en su apariencia), *Kodomo* (dirigido a niños, historias sencillas, sin carga sexual y generalmente tratan de mascotas y niños pequeños), *Mechas* (historias protagonizadas por enormes robots y tecnología avanzada. Se destaca el diseño de estas máquinas), *Harem* (las protagonistas son un grupo de féminas con un chico como co-protagonista), *Sentai* (las acciones se reparten entre cuatro a cinco protagonistas que trabajan en grupo), *Jidaimono* (ambientado en el Japón feudal); *Ecchi* (de corte humorístico con toques eróticos), *Hentai* (dirigido a un público adulto de ambos sexos, historias heterosexuales sexualmente explícitas y de alto contenido erótico. Las protagonistas suelen ser adolescentes casi niñas –Lolitas-. Se incluyen escenas con monstruos octopus –que poseen tentáculos-), *Yaoi* (romance entre hombres, pueden ser o no sexualmente explícitas), *Yuri* (romance entre mujeres, pueden ser o no sexualmente explícitas), entre otras.

El *manga* en Japón es todo un fenómeno de masas y se produce para literalmente cualquier tipo de perfil de consumidor. Papalini (2006: 34) los describe como “revistas impresas de una sola tinta, con tapa a color, papel de baja calidad, que contienen entre 10 a 25 episodios de historias distintas que se desarrollan entre 300 a 400 páginas. Su costo, verdaderamente bajo, ronda los tres dólares; son revistas pensadas para ser leídas y descartadas inmediatamente [...] La tirada de estas revistas es variable, pero para tener una idea de la magnitud de este consumo cultural tan generalizado, puede verse este ejemplo: la revista *Shonen Jump*, de la editorial Shueisha (una de las tres mayores junto con *Shogakukan* y *Kodansha*², entre las cuales se reparten el 25% del mercado editorial japonés) nació en 1968, con una tirada semanal de 100 mil ejemplares. En 1984 ya rondaba los 4 millones de ejemplares y en 1991 su creciente tirada se había estabilizado en una cifra un poco superior a los 6 millones de ejemplares”.

Cuando una historia es finalizada, usualmente después de estar siendo publicada durante varios años y si ha tenido un alta aceptación del público, es recopilada y editada en volúmenes seriados llamados *tankoubon*. Estos se caracterizan por tener mejor calidad editorial: calidad del papel (de buen gramaje y color blanco), mejor calidad de impresión (se conserva el estilo blanco y negro), tapas ilustrativas a color (usualmente dibujos hechos especialmente por el *mangaka* para cada tomo) y una extensión de 200 páginas aproximadamente. Son libros hechos para ser coleccionados.

“Japón constituye el mayor mercado mundial de historietas, teniendo en cuenta el número de publicaciones, su tirada y la diversidad temática. Según Scolari, es el medio de comunicación más importante, y supera incluso a la televisión, pues en la actualidad se publican más de 300 revistas semanales. Los *manga* ocupan el 25% del facturado total del mercado editorial japonés”. (Papalini, 2006: 35).

Actualmente, dado el impacto de las nuevas tecnologías en el sector editorial, se están experimentando otras formas de reproducción además del impreso. Se refiere puntualmente a la distribución en formato digital en dispositivos móviles de lectura y smartphones. Además de lanzamientos simultáneos vía Web como es el caso de *Kyokai no Rinne*, el

último manga de Rumiko Takahashi que se edita impreso en la Shonen Sunday en Japón y al tiempo en inglés en la Web a través de Viz Media.

El *manga* dio origen a un nuevo género, el *anime*.

Anime (アニメ) es el término occidental con que se conoce a la producción de dibujos animados o caricaturas para televisión hechos en Japón. La palabra también engloba a las producciones hechas directamente para DVD llamadas OVA u OAV (*original animation video*) y películas animadas para cine.

El primer dibujo animado que se registra es *Katsudo Shashin*, de autor desconocido, que data de 1907 con una duración de tres segundos. En el celuloide aparece un niño con uniforme de marinero que escribe en kanji "活動写 (*katsudo shashin*, traduce "imágenes en movimiento"), luego se quita el sombrero saludando al público. En 1910 se crea la compañía Tennenshoku Katsudō Shashin, más conocida como Tenkatsu, quien contrata a Oten Shimokawa en 1916. Este produce el primer *anime* catalogado como tal, titulado *Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki*, de cinco minutos de duración y presentado en teatros al público en 1917. Se caracterizó por ser única en su tiempo, blanco y negro, silenciosa, en celuloide, dibujado a mano directamente sobre la película, entre otros aspectos. Aunque Shimokawa produjo cinco cortos animados más, ninguno se conservó.

Las siguientes producciones animadas estuvieron a cargo de Seitaro Kitayama entre 1917 y 1918, para la compañía Nikkatsu-Mukōjima. Produjo un total de 22 cortos animados El primero fue *Chiri no Tsumoreba Yama to Naru* y el último *Tarō no Bampei: Senkō-tei no Maki*. Posteriormente produjo un último corto más, *Yuki*, para Yokohama Cinema Shokai en 1923.

En 1927 el prolífico y premiado director Noburo Ofuji produjo el primer *anime* sonORIZADO (sólo música) titulado *Kujira*. Para 1930 empiezan a aparecer los primeros cortos animados con audio en japonés. Se registra *Osekisho* también de Noburo Ofuji, en blanco y negro con ocho minutos de duración, y *Kokka Kimigayo* del también prolífico Yasuji Murata, entre otros.

La participación de Japón en la Segunda Guerra Mundial (oficialmente entre 1941 a 1945) también se vio reflejada en la temática de los cortos animados. Desde 1935 hasta 1946, el gobierno japonés los utilizó como medio informativo para que los niños y el público en general conocieran lo que hacía el imperio, es decir, se convirtieron en propaganda sobre la guerra para los ciudadanos nipones. Los cortos recreaban por ejemplo el ataque a una isla en el Pacífico, manifestaciones contra Estados Unidos, énfasis en el sentimiento nacionalista, entre otros.

La primera producción de *anime* en color se hizo en 1948 por Megumi Asano titulada *Boku no Yakyu*. La primera película *anime* en color la produjo Toei Animation en 1956 con el nombre *Hakujaden*.

Desde sus primeras etapas de experimentación, los estudios y productores de *anime* estuvieron influenciados por la obra de Walt Disney. La verdadera industria de la animación japonesa tal como se le conoce hoy en día fue obra del ya mencionado Osamu Tezuka, quien, como ya se comentaba, estuvo también influenciado por la obra de este animador estadounidense.

Los primeros *anime* serializados fueron los *manga* dibujados por Tezuka. La primera serie animada en ser transmitida en televisión japonesa fue *Mitsu no Hanashi* en 1960. Vale la pena mencionar que Tezuka no se dedicó sólo a ser *mangaka*, sino que también fue animador. Fundó su propio estudio de animación, Mushi Production, que televisó muchas de sus historietas. Fue también *Tetsuwan-Atom*, más conocido como *Astroboy*, el primer *anime* transmitido regularmente en televisión. En blanco y negro, contó con 193 episodios de 20 minutos de duración y se emitió entre 1963 a 1966.

Astroboy fue el primer *anime* en ser exportado hacia occidente y se ha considerado como el detonante del boom de la animación japonesa en estos países. Es importante mencionar también, que el modelo de tomar los *manga* más exitosos y llevarlos a la televisión en formato *anime* sigue utilizándose actualmente (sucede por lo menos con el 90% de la oferta, se han dado pocos casos donde la serie animada surge sin el *manga*, como fue *Shin*

Seiki Evangelion más conocido como *Neon Genesis Evangelion*, o este surge a partir de un videojuego, como fue *Pokémon*).

Desde la década de los 70 hasta la fecha no se ha dejado de producir *anime*, sean series televisivas, producciones originales para DVD llamadas OVA y películas para cine. Empezaron siendo dibujos a mano sobre acetatos y hoy combinan las más avanzadas técnicas de animación por computadora, sin perder su esencia.

La producción está a cargo de estudios especializados como Toei Animation (el más grande a la fecha), Eiken, Gainax, Gonzo, Nippon Animation, Madhouse, Production I. G., Studio Ghibli (el más conocido en occidente por las películas de Hayao Miyazaki), Studio Pierrot, Sunrise, y un largo etcétera. Además de una cercana relación con estaciones de televisión como TV Tokyo, Fuji TV, NHK, TV Asahi, entre otras.

Así como el *manga*, el *anime* tiene una gran variedad de géneros dependiendo de su temática y del público al que va dirigido. *Mecha* (de robots gigantes y alta tecnología. Se popularizó en la década de los 80). *Magical girls* (historias de fantasía donde la o las protagonistas tienen poderes mágicos). *Cyberpunk* (historias que se desarrollan en un mundo oscuro y devastado). *Harem* (los protagonistas son un hombre en un grupo de mujeres o viceversa, una mujer en un grupo de hombres). *Ecchi* (de humor con toques eróticos), *Gore* (sangrientos y violentos). *Kodomo* (dirigido a niños con ellos y mascotas como protagonistas). *Hentai* (sexualmente explícitos, heterosexuales), *Yaoi* (romance entre hombres, pueden ser o no sexualmente explícitos), *Yuri* (romance entre mujeres, pueden ser o no sexualmente explícitos), entre otros.

En cuanto a su contenido temático conserva elementos del *manga*, es decir, tramas argumentales profundas y complejas (existencialismo, compañerismo, cooperación por encima de la competencia, constancia y dedicación para alcanzar metas, ideología, sacrificio, amistad, amor y romance, procurar el bien del otro, sentido del deber, trabajo en equipo, relación con la naturaleza, el uso y fin de la tecnología, etc.), referencias culturales (influencia de las filosofías orientales como el budismo, sintoísmo, bushido y de

importaciones de occidente como el cristianismo) y variedad de espacios narrativos (las historias no siempre se desarrollan en Japón, sino también en China, países europeos e incluso Estados Unidos).

Lo más característico en el *anime* es su aspecto visual que salta a la vista con el diseño de los personajes. Ojos grandes (ovalados para expresar juventud y vivacidad y horizontales para expresar adultez y seriedad. En contados casos son pequeños o no pasan de ser puntos). Estos son muy definidos y de colores llamativos (café, rojos, verdes, azules, amarillos, grises, violetas, rosados). El coloreado combina sombras, tonos y luces para generar profundidad.

El cabello es otro elemento, puede ser abundante o escaso (incluso nulo), de cualquier color posible (rojo, azul, verde, blanco, etc.), y llevar cualquier peinado. De la misma forma, el juego con luces y sombras determina su movimiento. En el caso del cuerpo este conserva la proporción humana, pueden ser delgados (no anoréxicos), o gruesos (incluso obesos), altos o bajos, incluso ser deformados (enanos, cabezas grandes cuerpos pequeños, etc.). En el caso de las mujeres suele destacarse el busto (sea por su gran dote o por la escasez del mismo). Otros elementos como la nariz y la boca suelen ser pequeños, en el caso de la boca de las mujeres estas pueden llevar un discreto color en los labios.

Lo más importante en un personaje de *anime* es su rostro (que incluye también el cabello), ya que se utiliza un gran y variado conjunto de expresiones faciales que denotan el carácter y modo de ser; sus emociones, sentimientos, pensamientos.

En el caso de los personajes no humanos, humanoides (rasgos de animales y humanos) y animales, estos pueden estar dibujados como son en realidad o crearse una configuración propia para estos (como sucede en el caso de los robots).

En cuanto a la duración puede ser variada. Lo regular son 24 minutos por capítulo para ser transmitidas por televisión, pero también hay cortas que duran 7 minutos por capítulo. Si son películas pueden durar hasta dos horas. En cuanto a la cantidad de episodios, es

también muy variable, depende de lo que haya programado su casa productora pero también del impacto que haya tenido en el público, pueden ser cortas de 13 episodios, 26, 37, 52, 161 o hasta más de 500. No hay un número estándar. En el caso de las películas usualmente son una pero pueden llegar hasta tres. En el caso de las OAV sucede lo mismo, éstas tienen 30 minutos de duración usualmente y pueden ser el número que determine su casa productora. Vale la pena mencionar que los tres formatos de presentación (televisión, OAV y cine) tienen la tendencia a combinarse, e incluso se le suma la producción de películas *live action*, es decir, con personajes reales.

El *anime* está muy relacionado con la música. Las series animadas están compuestas por temporadas, donde cada una se distingue usualmente por tener su propio video musical y canción de entrada, llamado *opening*, así como su propio video musical y canción de cierre, llamado *ending*. Estas canciones son de un minuto treinta segundos de duración y son conocidas como formato *TV size*. Además, son interpretadas por artistas y bandas musicales japonesas de trayectoria, en ascenso o en lanzamiento. Las canciones son cantadas en japonés y en pocos casos en otros idiomas como inglés. En cuanto a la música, también se destacan las composiciones instrumentales conocidas como *background music*, es decir, aquellas pistas musicales que suenan en el trasfondo como ambientación en las diferentes escenas.

La industria del *anime* ha resultado ser muy lucrativa para Japón, al punto que aporta un importante porcentaje en el producto interno bruto PIB de este país. Según un estudio de la Organización Japonesa de Comercio Exterior en el 2001, los ingresos obtenidos por la industria japonesa de animación (filmes, videos y producciones) generaron ganancias por más de 1.600 millones de yenes (más de 17 mil millones de dólares). En ese año se transmitieron 2.286 series de *anime* por televisión nipona. Se contabilizaron 3.567 creadores de *anime* y 247 empresas productoras en el país. El mayor consumidor de este género, Estados Unidos, le generó a Japón ganancias por más de 4.300 millones de dólares.

La sinergia

Las industrias niponas del *manga* y *anime* trabajan estrechamente con las empresas de videojuegos, de estudios de cine (producción de *live action*), musicales, editoriales (libros) y de *merchandising*. Para entender la sinergia entre cada una de estas se puede tomar como ejemplo el anime *Ranma ½* de Rumiko Takahashi.

Se publicó como *manga* en la revista *Shonen Sunday* de Shogakukan entre 1987 a 1996 y posteriormente se recopiló en 38 *tankoubon*. La adaptación al *anime* estuvo a cargo del Estudio Deen y la producción de Kitty Films, se televisó por Fuji TV entre 1989 a 1992 con un total de 161 episodios distribuidos en 7 temporadas. Se produjeron un total de 13 OVAs y 2 largometrajes animados (posteriormente distribuidos en DVD) a cargo de Estudio Deen y Kitty Films entre 1993 y 2008. Se produjeron un total de 13 videojuegos (5 para la consola SuperNintendo, 1 para Sega, 1 para PlayStation, 3 para Gameboy y 3 para computador).

Se formó un grupo musical llamado DoCo con las principales voces femeninas que sacaron dos discos que contenían canciones que aparecieron en las OVAs, también se editó su versión karaoke. De la serie se produjeron 3 *Original Soundtracks* OST que recopilaron las canciones *TV Size* de todas las temporadas del *anime* y las respectivas pistas instrumentales o *background music*. Se produjeron dos álbumes más para la música y canciones de las películas. Se editó un álbum con la música de uno de los videojuegos. Se liberaron otros álbumes musicales de canciones cantadas por las voces protagonistas o *seiyuu*, *drama* (diálogos), entre otros. En total se editaron 16 álbumes.

Se han producido toneladas de merchandising oficial: muñecos de peluche, llaveros, figuras o maquetas, zapatos, llaveros, camisetas, álbumes de láminas, tazas de café, morrales y un largísimo etcétera. Además de la asistencia de los actores de voz o *seiyuu* y de su creadora, Rumiko Takahashi, a incontables convenciones y eventos de animación japonesa.

Japón “orientaliza” a occidente y llega a América Latina

“La promesa de beneficios incentiva la integración de las historias niponas a la oferta occidental. Se agregan además algunas razones propias de la globalización de las industrias culturales: un ritmo de producción crecientemente veloz que obliga a producir material de manera continua y un público amplio y diverso, exigen recolectar material de todos los territorios y de todas las culturas”. (Papalini, 2006: 42).

Los países de habla inglesa son los mayores consumidores de *anime* y *manga*. Viz Media de Estados Unidos es el principal distribuidor (cuenta con las licencias de los productos de Shogakukan y Shueshia: *manga*, *anime*, OVA, películas animadas, *merchandising*, revistas, revistas *manga*, etc.) y en 1996, Walt Disney Studio firmó un acuerdo con Estudio Ghibli para la distribución de las películas del cineasta Hayao Miyazaki (ganador de un Premio Oscar en el 2002), que se han proyectado dobladas al español en los cines latinoamericanos: *Sen to Chihiro no Kamikakushi* (El Viaje de Chihiro), *Hauru no Ugoku Shirou* (El Increíble Castillo Vagabundo) y la más reciente *Gake no Ue no Ponyo* (El Secreto de la Sirenita). Es de resaltar que a pesar de que son distribuidas por Disney, sus lanzamientos carecen de la macro estrategia publicitaria en medios que acompaña a sus propias producciones de cine animado.

No es objeto de este ensayo ahondar a partir de estas industrias culturales, en la “orientalización del occidente anglosajón, países europeos, países asiáticos e incluso africanos. Tal como se planteaba al comienzo, el objetivo es conocer y profundizar sobre el proceso de desterritorialización – reterritorialización evidente en la latinización del *anime* y el *manga*, y el subsecuente surgimiento de la subcultura *otaku* (オタク) como producto de la hibridación.

La llegada del *anime* a América Latina se ubica en la década de los 70 con la transmisión en televisión de las primeras series dobladas al español, en países como México, Perú, Chile y Argentina: Heidi (del director Isao Takahata basado en la obra de la suiza Johanna Spyri), Princesa Caballero (de Osamu Tezuka), Candy Candy (de Kyoko Mizuki y Yumiko Igarashi) y Meteoro (de Tatsuo Yoshida).

En los 80 continúa la transmisión por televisión abierta expandiéndose a más países como Venezuela, Guatemala, República Dominicana, Colombia y Puerto Rico, entre otros. Llegan las primeras cuyos protagonistas son robots gigantes. Mazinger Z, El Vengador, El Gladiador (todos de Go Nagai), El Galáctico (de Leiji Matsumoto), Robotech (también conocido como Macross de Haruhiko Mikimoto), Supermagnetron, Voltron y Arpegas, el Rayo Custodio. También se emitieron series como Kimba, el León Blanco (de Osamu Tezuka), Remi (basado en la novela del escritor francés Hector Malot), Las Aventuras de Gigi, José Miel (también conocida como Abejita Hutch) y La Abeja Maya.

Durante la dos primeras décadas, los programas se transmitieron a la par de los dibujos animados producidos en los Estados Unidos y bajo la etiqueta de caricaturas para niños, el término *anime* era desconocido. Los 90 pueden considerarse como el boom en Latinoamérica con la emisión de series como Los Caballeros del Zodíaco (de Masami Kurumada), Ranma ½ (de Rumiko Takahashi), Dragon Ball (de Akira Toriyama), Supercampeones (de Yoichi Takahashi), Sailor Moon (de Naoko Takeuchi) y Las Guerreras Mágicas (de CLAMP).

El advenimiento del servicio de televisión por cable permitió en los diversos países la sintonización de canales de otros países (especialmente mexicanos) donde se transmitían las series y por primera vez al género *anime* se le reconoció como tal y se le diferenció de las otras caricaturas.

El éxito de estas series hizo comercializar por primera vez *merchandising* oficial, puntualmente las figuras de acción de Los Caballeros del Zodíaco y Dragon Ball. Por otro lado, se empezaron a subtítular comercialmente los primeros *manga* por la Editorial Ivrea en Argentina, y la Editorial Vid y la Editorial Toukan (ahora extinta su división *manga*) en México. Estos se distribuyen de forma masiva en sus respectivos países y por canales alternativos al resto del continente, es decir por importación de alguna tienda específica no porque las editoriales tengan canales de distribución oficialmente establecidos fuera de sus países de origen, tendencia que continúa hoy en día. También se publicaron revistas especializadas en el mundo de la animación japonesa, las iniciativas más destacadas fueron

la Lazer en Argentina (hoy discontinuada por presión de Shueisha y Shogakukan, de acuerdo a su sitio web oficial) y la Sugoï en Perú que sigue actualmente.

El éxito del *anime* y *manga* en Latinoamérica se aborda desde tres perspectivas: el diseño de animación, la forma narrativa, y las historias y sus personajes. “Los héroes puros e incorruptibles, con una pauta de acción fija, previsible e invariablemente correcta generan el mismo desinterés que una prédica moralizante. Los grandes relatos pierden popularidad, mientras la ganan las historias momentáneas, con personajes de ánimos variables e imperfectos, incluso, insoportablemente caprichosos como el de Sailor Moon. El personaje frío y sin contradicciones es muy poco valorado, prefiriéndose la emotividad, la fantasía, la acción inesperada y un héroe capaz de cometer errores”. (Papalini, 2006: 43).

En “el marco fantasioso del grupo de las producciones japonesas importadas, los personajes se vuelven verosímiles: son contradictorios, se equivocan, tienen malos sentimientos y sienten impulsos eróticos, pareciéndose notablemente a sus públicos y sus vivencias. Al contrario de lo que sucede con la historieta norteamericana clásica, los *manga* siempre han tenido contacto con la vida cotidiana, lo que facilita la identificación con los personajes centrales. No se trata de gente increíble haciendo cosas extraordinarias, sino de gente común haciendo cosas normales en un marco imaginativo y lleno de misteriosas referencias a develar, con toda la complejidad de las acciones en donde los malos no lo son tanto ni los buenos son perfectos; el bien no siempre triunfa y los finales pueden no ser felices”. (Papalini, 2006: 43-44)

El periodista Manuel Angulo Ruiz, en su artículo “La conquista de América Latina por el *anime*” (2010) lo ve de esta forma: “Aunque para los canales de televisión y posiblemente para el público infantil estos dibujos animados no distaban mucho de las producciones japonesas, había diferencias significativas. Más allá de los elementos gráficos obvios, quizás la principal de ellas estaba en que los *cartoons* estadounidenses usualmente se enfocaban en contar una historia completa a lo largo del capítulo, sin que hubiera una trama que se desarrollara a lo largo de la serie. Este no es el caso de los *anime* japoneses, en los que sí se daban cambios significativos a lo largo de los episodios, con la evolución de sus

personajes, su progresión en el tiempo (tanto en edad como en experiencias), incluso el fallecimiento de algunos personajes populares, algo impensable en la mayoría de series animadas estadounidenses previas a la mitad de la década de 1980”.

Para la década del 2000 el *anime* ha incrementado su frecuencia (se transmiten cada vez más series aunque el número es ínfimo comparado con lo que Japón produce anualmente). Estas se emiten tanto por televisión abierta en diferentes países como por canales privados vía cable o satélite (Cartoon Network, Animax -antes Locomotion-, Magic Kids -ahora extinto-, entre otros). Es de recordar series como Sakura Card Captor (de CLAMP), Inu Yasha (de Rumiko Takahashi), Pokémon (de Nintendo), Neon Genesis Evangelion (de Gainax), Naruto (de Masashi Kishimoto), entre otras.

Sin embargo, la industria en Latinoamérica no cuenta con un licenciatario como sucede en el ámbito anglosajón con Viz Media, que, como se comentaba anteriormente, se encarga de comercializar en todos sus frentes. Por el contrario, las licencias son fragmentarias y usualmente no pasan de ser solo las series, no se licencian las películas ni las OVA (con contadas excepciones), tampoco se licencia para la comercialización en DVD, ni merchandising oficial (con también contadas excepciones). Ejemplo de esto son Los Caballeros del Zodíaco, La Saga de Hades, que contó con dos doblajes. Uno para la serie que se emitió a través de Cartoon Network Latinoamérica y otro para la comercialización en DVD. En lo relacionado con el ámbito editorial (publicación en *tankoubon*) también son iniciativas fragmentarias y hasta se duplican (el *manga* de Bleach lo está traduciendo y publicando tanto Ivrea como Vid).

La latinización del *anime* y el *manga*

El proceso de desterritorialización o deslocalización en el marco de la globalización puede observarse desde la perspectiva del movimiento físico de las masas humanas y desde importación y exportación de industrias culturales. Para efectos de este ensayo, interesa la desterritorialización cultural. García Canclini (en Tomlinson, 2001: 126) denomina este

proceso como la “pérdida de la relación “natural” de la cultura con los territorios geográficos y sociales”.

Es de tener en cuenta que este proceso no va en una sola vía, surge otro en reacción llamado reterritorialización o relocalización, que reconfigura la nueva identidad. “Siempre necesitamos saber quienes somos y tener ciertos arraigos que nos provean certezas” afirma García Canclini (en Bermúdez, 2002: 82).

Estos postulados son evidentes en lo que se ha llamado la latinización del *anime* y el *manga*. Estos productos culturales japoneses son importados, adaptados y liberados en el contexto latinoamericano donde permean otras estructuras sociales y culturales, que pueden no recibirlos con agrado ya que son evaluados desde la visión de la cultura propia, sin tener en cuenta que estos fueron concebidos bajo otros parámetros con los cuales no se ha tenido contacto previo. Esto genera un choque cultural donde los medios de comunicación juegan un papel relevante. Esto se analizará más adelante.

El primer elemento de latinización del *anime* es el doblaje. Doblaje es la técnica que consiste en reemplazar el diálogo original generado en una producción audiovisual por otro nuevo adaptado al contexto semántico y cultural del idioma al que se va a doblar. Este debe estar perfectamente sincronizado tanto en tiempo como en mímica fonética. El nuevo diálogo debe imitar lo más fielmente posible la entonación, matices, nivel socio-cultural, la significación de los diálogos y todo lo que implica en sí la interpretación de la voz original. (Cantú, 2003: 3, Sosa, 2005: 6 y Doblaje Mexicano).

Las series de *anime* que se han transmitido desde la década de los 70 hasta la fecha, en televisión abierta y canales privados vía cable o satelital, han sido dobladas al español latino. Se conoce con este término al doblaje neutral, que elimina el acento, evita el uso de modismos y busca palabras “estándares” del idioma, con la intención de que los diálogos del programa o película puedan ser comprendidos en cada país.

La labor se ha hecho y se sigue haciendo en varios países como Argentina, Chile, Colombia y Venezuela e incluso en Los Ángeles (Estados Unidos), sin embargo, un enorme porcentaje de los programas y películas que se ven en Latinoamérica son doblados en México.

El proceso de doblado del *anime* combina una serie de elementos tales como: los diálogos son traducidos y adaptados del inglés, no del japonés. El casting de voces se conforma, aunque no todas las veces, de acuerdo a la similitud con las voces originales japonesas. Los actores de voz suelen no tener información suficiente o necesaria sobre la trama y la forma de ser de su personaje al momento de iniciar su trabajo. La capacidad actoral del dobladista para crear y darle “sabor” a un personaje³, y la esencia del ser latino.

Una vez combinados dan origen a un singular resultado y el público escucha una nueva banda de diálogos que puede variar poco o mucho del original. Los nombres de los personajes pueden ser cambiados o pronunciados de otra manera, incluso el nombre de la serie puede ser modificado. Las líneas fuertes, palabras altisonantes e insultos pueden ser “bajados de tono” por el traductor. Algunos diálogos (sean conversaciones o bromas) pueden ser modificados, por lo general de forma espontánea por el actor, en búsqueda de referencias comunes para Latinoamérica. Ocasionalmente se incluyen modismos o palabras propias de un país, o el acento pierde su neutralidad. Lo anterior genera las más diversas reacciones por parte de la audiencia, desde los que se acercan por primera vez al *anime* como aquellos que son veteranos seguidores del género.

Un caso interesante es el personaje de James, miembro del Equipo Rocket, en el *anime* Pokémon doblado por el actor de voz mexicano José Antonio Macías. Desde la tercera hasta la décima temporada del *anime*, el personaje se caracterizó por decir algo diferente en su usual lema de presentación y hacer referencias a México y a otros países de Latinoamérica. Esto le valió el reconocimiento por parte del público, aunque también muestras de rechazo.

El diálogo original cuando Jesy, James y Meowth del Equipo Rocket se presentaban decía:

Jesy: prepárense para los problemas

James: y más vale que teman

Jesy: para proteger al mundo de la devastación

James: y unir a los pueblos dentro de nuestra nación

Jesy: para denunciar los males de la verdad y el amor

James: y extender nuestro reino hasta las estrellas

Jesy y James: ¡Jesy! ¡Jamemememes!

Jesy: el equipo rocket viajando a la velocidad de la luz

James: ríndanse ahora o prepárense para luchar

Meowth: miau, así es

José Antonio cambió el final de la frase “y extender nuestro reino hasta...” por: el Estadio Azteca, Tangamandapio de las Tunas, Sonora, Chihuahua, Xochimilco, Culiacán, Ciudad Juárez, Guanajuato, Tepito, Acapulco, Guadalajara, Buenos Aires - Argentina, Cali – Colombia, Bucaramanga, Barcelona, Arequipa, Júpiter, Marte, los tacos de la esquina, la casa de mi abuelita, al infinito y más allá... etc.

Caso similar ocurrió con el actor de voz Daniel Abundis y su personaje Haposai de Ranma ½. En uno de los episodios, donde están en una competencia de go-karts y el personaje está acosando a dos competidoras, este exclama “¡Mis reinas, ya llegó su Luis Miguel!”.

Un segundo elemento de latinización es la alteración del video. Por un lado hace presencia la censura: las escenas de desnudos, sangre y de violencia pueden ser alteradas (la sangre roja pasa a ser de un color oscuro casi negro o a los pechos femeninos al desnudo les son dibujados un corsé) o ser simplemente eliminadas. Por otro, los videos que se muestran el inicio y al final de cada capítulo (llamados *opening* y *ending*) pueden ser cambiados por unos totalmente nuevos o pueden ser reducidos (se deja para toda la serie solo el primero que abre y cierra cada episodio descartando los demás que originalmente se agregaron y que marcan la transición de una temporada a otra). Junto con estos, las canciones sufren el

mismo tratamiento (son traducidas al español y puede dejarse solo el primer *opening* y el primer *ending* o colocarlas todas).

El tercer elemento de latinización es el criterio de audiencia: al respecto el periodista Manuel Angulo en su artículo “La conquista de América Latina por el *anime*” (2010) dice: “Para mediados de la década de 1980, el *anime* goza de buena aceptación en América Latina entre los niños y jóvenes de ambos sexos. Curiosamente, algunas de estas series estaban dirigidas más a un público adolescente que infantil en Japón, mientras que en nuestras tierras prevalecía la creencia de que los dibujos animados eran principalmente cosas de niños”.

Como se comentaba anteriormente, las series de *anime* desde la década de los 70 fueron transmitidas sin diferenciación alguna de las caricaturas estadounidenses, y aun, para esta década, prevalece la concepción de que todo aquello que es dibujo animado clasifica automáticamente como apto para niños. Esto también permite plantear la pregunta, ¿por qué se concibe que los adultos no sean aptos para ver caricaturas? Además, si en su natal Japón, estos programas son transmitidos en diferentes horarios de acuerdo a clasificación de edad y de contenido, ¿por qué no en América Latina?

Como ejemplo se puede citar lo sucedido en Colombia con el *anime* Samurai X (Rurouni Kenshin), que incluye en sus diálogos palabras como destazar, guerra, suicidio, asesinar, y que se transmitió en la franja infantil de un canal de televisión nacional los sábados en horas de la mañana. Esto obviamente levantó las voces de protestas y cuyas quejas llegaron al Defensor del Televidente.

En el caso del *manga* la latinización también es evidente en varios aspectos. Primero, las traducciones de los diálogos son “contaminadas” con los modismos o localismos mexicanos y argentinos, por lo tanto, los personajes dicen palabras como: órale, hígole, chamaco, o, boludo, pibe, quilombo, entre otras. Como ya se comentaba anteriormente, las editoriales que los publican consideran sólo el mercado doméstico respectivo.

Segundo, los primeros *manga* fueron impresos en el formato occidental de lectura (de izquierda a derecha), aunque la tendencia ha cambiado y se ha optado por imprimirlos igual que el formato japonés (de derecha a izquierda).

Tercero, aunque en la mayoría de los *manga* impresos se ha respetado el tradicional blanco y negro, se dieron algunos que fueron “comiquizados”, es decir, fueron coloreados, como el caso de Las Guerreras Mágicas por la Editorial Toukan o fueron impresos en papel de colores (diferentes al blanco), como Sailor Moon de la Editorial Vid.

Cuarto, otra característica de “comiquización” estuvo en el formato. Los primeros *manga* no se publicaron en la presentación japonesa de 200 páginas por tomo, sino que se hicieron en formato de revistillas (Ranma ½ por Editorial Toukan), revistas *manga* con dos historias (Sailor Moon por Editorial Vid), y libros de 100 páginas (Ranma ½ por Editorial Ivrea). Actualmente las editoriales de ambos países han optado por el formato japonés bajo el cual publican actualmente.

En conclusión, la latinización del *anime* y el *manga*, la dinámica de desterritorialización y reterritorialización, desemboca en la identificación y apropiación local de estas industrias culturales niponas, y la generación, como producto de un proceso de hibridación, de la subcultura *otaku*.

Animación japonesa y medios de comunicación

En la década los 90, cuando el género del *anime* se posicionó como tal, empezaron a comercializarse los primeros *manga* y la percepción de que esos dibujos eran diferentes al discurso acostumbrado, el choque cultural no se hizo esperar y los medios de comunicación, especialmente los periódicos y la televisión, fueron los encargados de canalizar y de seguir canalizando hasta la fecha, las diversas reacciones que se generan desde las diferentes esferas sociales.

El impacto no ha sido igual, en países como México fue muy marcado, en Colombia fue en proporción media y otros como Argentina y Perú no tanto, posiblemente por su alto porcentaje de inmigrantes japoneses. A continuación se reproducen pasajes de varios artículos publicados en la prensa latina sobre el tema:

“El sacerdote Juan Ramón Bautista dijo que iba a exorcizar al mal. Pokémon, el dibujo japonés, iría indefectiblemente a la hoguera, comenzaría así su lucha contra esa satánica creación. Pero el muñeco jamás fue abrazado por las llamas. Ocurrió algo inesperado: el clérigo pidió perdón de rodillas por no haber calculado las consecuencias de este acto simbólico. Sus feligreses, ese domingo, en la iglesia del Espíritu Santo, en Hidalgo (México), nunca entendieron qué pasó”, se publicó en el periódico colombiano El Tiempo en el 2001.

El mismo artículo cita más adelante “Dragon Ball no ha enfrentado la hoguera. Pero esta creación, también japonesa, originó una descomunal descarga de críticas. Algunas comunidades cristianas empezaron a difundir, vía Internet, contenidos en los que se la tildaba de satánica. A los nombres de los personajes les dieron significados: Dragon Ball, bestia en venida; Gokú, cuyo nombre real es Kakaroto y personaje central de la serie, posesión maligna, y Sayayines, mundo al que pertenece Gokú, según ellos, es el término con que en algunas ciudades orientales se refieren a los endemoniados y poseídos. Los cristianos insisten en que la serie es peligrosa para los que la ven porque Satanás se manifiesta abiertamente para traer maldad y espíritu de peleas”.

“En los dibujos animados hay entretenimiento y buenas historias que cada uno interpreta como quiere. Nadie ha visto al demonio, entonces, ¿cómo saben que se parece a Pokémon? Es que para los japoneses, la ternura es algo diferente que para nosotros, dice (citando a Hernán Zajec)”, el mismo artículo.

La revista chilena El Aguja en el 2009 publicó “Ranma ½. Una de las series más inofensiva en apariencia, pero que llamó más la atención de padres y madres preocupadas por lo que veían sus hijos. La historia de un chico que con agua fría se transformaba en chica, hizo

pegar el grito en el cielo a quienes no aceptan la homosexualidad, y el libertinaje sexual en la tv. Minas sin sostenes, un viejo calentón coleccionista de lencería y una buena dosis de violencia entre mujeres y hombres, nos entregaba esta serie con un tono humorístico”.

El periódico El Siglo de Durango en el 2007 entrevistó a un seguidor del género: “En este tipo de transmisiones existe mucha censura, al respecto Carrasco comenta: ‘en México cortan muchísimo las series ya que desgraciadamente la gente de aquí tiene muchos tabúes, también al momento del doblaje no ponen las cosas tal cual’. Lo que pasa en estos casos es que de Japón se mandan a Estados Unidos y de ahí a este país, en cuanto al lenguaje ya vienen deformadas. Un ejemplo de censura es ‘Evangelion’, declara el joven, hecho controversial ya que nunca será transmitida en México porque es muy corta (21 episodios) y las series para darles salida en el país deben tener como mínimo cerca de 40 capítulos; aparte es increíblemente violenta y clasificada para mayores de 20 años”.

“Series que han causado gran controversia por tratar una temática que mezclaba la filosofía humana y sus creencias religiosas las llevaron al punto de ser censuradas en varios países como lo fue con la serie ‘Evangelion’. Todo, debido a que podía atentar contra la religión católica”, se publicó en la revista Comunica de El Salvador en el 2006.

“Pero se emite con cortes (refiriéndose a Ranma ½). Magic Kids, el canal que pasa la mayoría de los *anime*, se encarga de anular toda escena que considere inapropiada, y para evitar los cortes los televidentes deben recurrir a la versión completa de las revistas”, se publicó en el periódico La Nación de Argentina en 1999.

Los otaku

La hibridación es un proceso que surge en el marco de la globalización como efecto de la dinámica de desterritorialización y reterritorialización. “Entiendo por hibridación procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para crear nuevas estructuras, objetos y prácticas”. (García Canclini, 2000: 8)

“En tiempos de globalización, García Canclini sigue profundizando en el análisis sobre el cambio de los referentes espacio-temporales con los que estamos acostumbrados a examinar los procesos de construcción de las identidades. Para él, en la era de la globalización, las identidades se construyen en el espacio de las comunidades transnacionales y desterritorializadas (1995,1996), en la esfera de la comercialización de bienes culturales y en el consumo de símbolos y objetos transnacionales”. (Bermúdez, 2002).

“Así, que de lo que se trata en tiempos de globalización, no es del riesgo de la desaparición de las identidades locales sino de ‘entender cómo se reconstruyen las identidades étnicas, regionales y nacionales en procesos globalizados de segmentación e hibridación cultural’ (1995:129) y el carácter conflictivo de su construcción (2001:14)”. (Bermúdez, 2002)

La llegada del *anime* y el *manga* a América Latina ha generado también, como en el resto de occidente, el nacimiento de una nueva subcultura que se autodenomina *otaku* (オタク).

Esta palabra japonesa traduce literalmente “tu casa” o “tu hogar” y usualmente la usan las amas de casa. De otro lado, *otaku* también es usada para decir “tu”, como un modo muy formal y cortés de dirigirse a un extraño. Para muchos de los jóvenes aficionados al *manga* y el *anime* en Japón, que eran tímidos y les costaba socializar, esta manera de comunicarse tan respetuosa resultaba segura. Su “exagerado” uso de la palabra llevó a que los medios informativos nipones los denominaran *otaku-zoku* (tribu *otaku*) y de allí simplemente *otaku*.

En junio de 1983 Aki Nakamori empezó a escribir su columna *Otaku no Kenkyuu* (Estudios sobre el *otaku*) en la revista *manga Berikko*, publicación que se especializaba en *manga rorikon* (lolita complex, una vertiente del *hentai*). En dicho espacio, Nakamori hizo un recuento de su visita a un *comike* o *komiketto* (abreviación de *comic market*, convención de aficionados a las historietas y la animación), con especial mención de las características físicas, psicológicas y sociales de estos particulares aficionados. El columnista sostuvo que

la entonces vigente denominación *mania* (abreviación del inglés *maniac*) era insuficiente para estos nuevos personajes y propuso aplicarles el término *otaku*.

La columna fue cancelada al poco tiempo pero la palabra se hizo popular y empezó a ser usada por los fans y por los medios de comunicación para describir al obsesionado por algún tema, un entusiasta en extremo y sobre todo para aquellos jóvenes poco sociables que encontraban refugio en un mundo de fantasía.

La palabra adquirió su connotación tan negativa de aficionado enfermizo, debido a Tsutomu Miyazaki, un hombre de 27 años que entre 1988 y 1989 secuestró, violó y asesinó a cuatro niñas en edad preescolar en la prefectura de Saitama y los restos de una de ellas se los envió a sus familiares bajo el seudónimo de Yuuko Imada, nombre de un personaje femenino de *manga*. Después de su captura, en la vivienda del mismo se encontraron 6.000 videos que incluían títulos sangrientos, de horror y también de *hentai*, además de *fanzines* (revistas hechas por aficionados) y *manga* con historias del mismo tipo.

La palabra en Norteamérica, Europa y Latinoamérica tiene una connotación diferente. *Otaku* se ha tomado como el término para definir a un fanático u obsesionado con algo, como la música, los videojuegos o el *anime*. El término bautiza a todo aquel que se desconecte del mundo y se concentre en una sola cosa, en forma exagerada o desmedida, pero sin rayar en lo psicópata y enfermizo.

En el ámbito de la animación japonesa es donde el término ha tenido mayor aceptación ya que *otaku* es usado de forma genérica para denominar a los que son seguidores y aficionados de éste. Los fans que la usan para identificar su afición tienden a hacerlo con humor tratando de recuperarla de su significado tan negativo, sin embargo en Japón el término puede ser considerado un insulto.

Actualmente se manejan las siguientes acepciones de la palabra. *Otaku* (para los aficionados a la animación japonesa), *Pasokon otaku* (aficionado a los computadores), *Gemu otaku* (aficionado a los videojuegos), *Wota* (se pronuncia “ota”, aficionados a las

Idols), *tetsudo otaku* (aficionado a los trenes), *gunji otaku* (aficionados a las artes militares), *gore otaku* (aficionados a libros, películas, *anime*, etc., de alto contenido de sangre y violencia), *cosplayers* (aficionados a hacer *cosplay*, disfrazarse como sus personajes de ficción favoritos).

Tomando la acepción occidental de la palabra *otaku* para referirse de manera genérica a los fans de la animación japonesa, y cuyo uso está extendido por toda Latinoamérica para identificar a los mismos, encontramos que los miembros de esta tribu suburbana se caracterizan por ser consumidores no solo de animación japonesa, sino de productos relacionados y en general de la “cultura japonesa” y todo aquello que lleve el sello “Hecho en Japón”, así también como audiencias activas.

El término “cultura japonesa” se encomilla a propósito. Si bien es cierto el *anime*, el *manga* y otros productos son industrias culturales niponas y están concebidos bajo su visión del mundo (costumbres, creencias, historia e idioma), no se puede categorizar que Japón es lo que se muestra en estos.

El *otaku* ve *anime* doblado por televisión, lo ve doblado o subtulado por Internet, lo descarga para coleccionar, compra *manga* impreso, lee *mangascans* o *manga* a través de Internet, compra todo tipo de *merchandising*, conoce la biografía de los Estudios de producción, la de sus *mangaka* favoritos, conoce el trabajo de los *seiyuu* (actores de voz japoneses) y de los actores de doblaje, asiste a convenciones, hace *karaoke*, hace *cosplay* (se disfraza de sus personajes favoritos y se esmera en la elaboración de su traje).

El *otaku* es también un público activo, comparte con otros aficionados en grupos físicos y virtuales, debate en foros sobre sus series favoritas y sobre el estado del arte y la censura en su país. Maneja blogs, construye sitios y portales web (de diferente naturaleza), participa en proyectos de *fanzine* y *e-zine* (revistas aficionadas impresas o digitales) y en proyectos de radio en línea (tanto el montaje de la emisora como programas radiales), participa en la dinámica de los medios de comunicación al exponer sus puntos de vista y hasta llega a hacer investigaciones y disertaciones académicas sobre el tema como objeto de estudio.

El *anime* y el *manga* es también fuente de inspiración para el *otaku* que se da la producción de sus propias creaciones. Hace *doujinshi* (*manga* hecho por aficionados), escribe *fanfictions* (historias basadas en su *manga/anime* favorito), dibuja *fanarts* (dibujos artísticos de su *manga/anime* favorito), hace AMV (*anime music video*, videos musicales de series de *anime*). Otros se hacen parte de la industria latinizada, es decir, participan en proyectos de *fansub* (subtitulación aficionada y DVDrip, tomar el video original sin censura y añadirle la banda oficial en español latino), *fandub* (doblaje aficionado), *scantrads* (traducción aficionada de mangascans) y hasta se convierten en distribuidores y proveedores y suelen no cobrar por sus servicios.

La afición se extiende por todo aquello que se produzca en Japón, por lo tanto suele comprar videojuegos, consume música japonesa (j-pop, j-rock, música tradicional), producciones cinematográficas, platos gastronómicos, aprende su idioma y caligrafía (o al menos lo intenta), usa palabras japonesas en sus conversaciones, asiste a eventos culturales donde lo japonés sea lo protagonista y hasta llega a viajar a ese país y conocer el barrio de Akihabara en Tokio (el lugar de encuentro por excelencia de los *otaku* nipones de todo tipo).

Los *otaku* son tanto hombres como mujeres, sus edades oscilan entre los 12 hasta más allá de los 40 años. Los hay de diferentes tipos, desde aquellos asociales que los que manejan su afición de una forma socialmente aceptable. También se caracterizan por tener una posición más crítica ante el discurso hegemónico de consumo, se alegran y se entristecen con los *manga* que leen y los *anime* que ven y pueden extraer patrones de comportamiento y de pensamiento y aplicarlos en su vida diaria. En cuanto a su nivel de inmersión, están desde los meramente interesados en el tema hasta los fanáticos y acérrimos defensores que se embarcan en cruzadas en pro de “salvar” el *manga* y *anime* en sus países.

Anime, *manga*, *otaku*, cultura japonesa, medios de comunicación, latinización... la dinámica es permanente.

Bibliografía

- Angulo, M. (2010). *La conquista de América Latina por el Anime (1era parte)*, [en línea]. Panamá. Recuperado en abril de 2010 de <http://jspotpanama.com/articulo.php?id=470>
- Bermúdez, E. (2002). *Procesos de globalización e identidades: entre espantos, demonios y espejismos. Rupturas y conjuros para lo “propio” y lo “ajeno”*. En Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder (Daniel Mato, coord.), [en línea]. Venezuela: CLACSO y Universidad Central de Venezuela. Recuperado en abril de 2010 de <http://www.globalcult.org.ve/pdf/Bermudez.pdf>
- Cantú, F. (2003). *Negocio de doblajes de voz*, [en línea]. México: Universidad Autónoma de Nuevo León. Recuperado en abril de 2010 de <http://cdigital.dgb.uanl.mx/te/1020149185.pdf>
- Cobos, T. (2001). *La animación japonesa en el contexto occidental*, [en línea]. Colombia. Recuperado en abril de 2010, de <http://tanialu.me/2009/05/26/la-animacion-japonesa-desde-el-contexto-occidental/>
- Cobos, T. (2007). *¿Por qué la animación japonesa?* [en línea]. Colombia. Recuperado en abril de 2010 de <http://tanialu.me/2009/05/10/por-que-la-animacion-japonesa/>
- Cobos, T. (2009). *Samurai X y Tania Lu en “Doble Vía”*, [en línea]. Colombia. Recuperado en abril de 2010 de <http://tanialu.me/2009/07/03/samurai-x-y-tania-lu-en-doble-via/>
- Cobos, T. y Ramos, A. (2002). *¿Qué significa la palabra otaku?* [en línea]. Colombia. Recuperado en abril de 2010 de <http://tanialu.me/2009/05/20/que-significa-la-palabra-otaku/>
- Doblaje Mexicano, <http://www.doblajemexicano.com.mx/>
- El Aguja No. 19 (2009). *El derecho a la censura*, [en línea]. Chile. Recuperado en abril de 2010 de <http://www.elaguja.cl/19wtf.htm>
- El Siglo de Durango (2007). *El “ánime” se apodera de ti*, [en línea]. México. Recuperado en abril de 2010 de <http://www.elsiglodedurango.com.mx/descargas/pdf/2007/02/20/20dgo02b.pdf?v>
- El Tiempo (2001). *Muñecos malditos*, [en línea]. Colombia. Recuperado en abril de 2010 de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-715005>
- García Canclini, N. (2000). *La globalización: ¿productora de culturas híbridas?*. En Actas del III Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, [en línea]. Chile. Recuperado en abril de 2010 de <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html>

Gantus, L. (2009). *Guerreras piratas*, [en línea]. México. Recuperado en abril de 2010 de <http://estoferpecto.produccionesbalazo.com/?p=682>

Giddens, A. (2000), *Un mundo desbocado: los efectos de la globalización en nuestras vidas*. (Trad. P. Cifuentes). España: Grupo Santillana. (Original en inglés, 1999).

La Nación (1999). Dibujos animados made in Japan, [en línea]. Argentina. Recuperado en abril de 2010 de http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=211640

Maidenkari (2009). *Las frases del Equipo Rocket de Pokémon*, [en línea]. México. Recuperado en abril de 2010 de <http://la-ciel.com/maidenkari/2009/03/30/frikada-de-inicio-de-semana-las-frases-del-equipo-rocket-de-pokemon-xdddd/>

Orellana, R.(2006) *El impacto del anime en El Salvador*, [en línea]. El Salvador: Revista Comunica No. 3. Recuperado en abril de 2010 de <http://www.uca.edu.sv/virtual/comunica/archivo/abr212006/notas/nota13.htm>

Papalini, V. (2006), *Anime: mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social*. Argentina: La Crujía Ediciones.

Sosa, B. (2005). *La práctica laboral en las compañías de doblaje en México*. México: Universidad Autónoma de México.

The Internet Movie Database IMDB, <http://www.imdb.com/>

Tomlinson, J. (2001), *Globalización y cultura*. (Trad. F. Martínez). Reino Unido: Oxford Press University. (Original en inglés).

Yonezawa, Y. (2003). *La animación japonesa: hechos y cifras*, en *El anime – la gultura pop de la animación japonesa*, [en línea]. Revista Nipponia No. 27 en español. Japón. Recuperado en abril de 2010 de <http://web-japan.org/nipponia/nipponia27/es/feature/feature02.html>

Agradecimiento especial a los actores de voz mexicanos, Rossy Aguirre, Carlos Hugo Hidalgo, Daniel Abundis (Akane, Ranma y Haposai en Ranma ½ respectivamente) y Mario Castañeda (Goku en Dragon Ball Z), por sus aportes sobre el tema del doblaje.

¹ Periodista digital oriunda de Barranquilla (Colombia) y estudiante de la Maestría en Ciencias en Comunicación del Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey. E-mail: tcobos79@gmail.com ; Blog: <http://tanialu.me>

² Nota de la autora: Los nombres de las publicaciones son muy parecidos. Shogakukan edita la Shonen Sunday y Kodansha la Shonen Magazine.

³ “Somos actores y tenemos una gran necesidad de crear nuestro personaje, no de imitar”. Rossy Aguirre, actriz de doblaje mexicana y voz de Akane Tendo en Ranma ½.