

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**“Las características del *anime* que se ven reflejadas
en la identidad de los jóvenes mexicanos”**

TRABAJO RECEPTACIONAL

PARA CONSEGUIR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA:

SUSANA MENDOZA VEGA

DIRECTORA DE TRABAJO RECEPTACIONAL

Lic. Susy Rodríguez Moreno

UACM
BIBLIOTECA
SAN LORENZO TELONCO

México, D.F. Agosto 2012



SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Dedicado a mis padres.

*Los sueños que no se olvidan, no simbolizan
el rechazo de lo que muchos llaman "realidad",
sino más bien el encuentro con la eterna juventud.
El que olvida soñar se hunde cada día más
en el envejecimiento de su corazón...*

Susana Mendoza Vega

Agradecimientos

El proceso de la presenta tesis ha sido muy lago y duro, a pesar de todo esto hubo personas que ayudaron a ser posible este proyecto, por lo que quiero agradecer a cada uno de ellos.

Primeramente, gracias a mi familia y en especial a mis queridos mamá y papá, los cuales creyeron en mí, puesto que me dieron su cariño, apoyo y comprensión durante todos estos años. Asimismo, agradezco a cada uno de mis hermanos (María E., Ana L., Isaac y José A.), quienes me ofrecieron su ayuda incondicional, asi como su apoyo moral, cariño y sus palabras de aliento.

También, les doy las gracias a cada una de mis amigas, las cuales fueron mi compañía y sostén, tanto a lo largo de la carrera y de la tesis, como de mi vida: Dalia Hernández, Angélica Mata y Alicia Hernández las quiero amigas.

Le doy las gracias a mis queridos amigos que siempre me dieron palabras de aliento y consejos muy valiosos: Cesar Mendoza, Jorge, Erik M., Christian B, Casandra, Karen, Kary, Viry, Javier S., Paco, Daniel, Niza, Rodolfo G, Ana, Gaby, Ofelia y Cesar M.

De la misma manera agradezco a mis amigos *otakus*, quienes me ayudaron a perder parte de mis miedos y al mismo tiempo fueron parte del primer club de *anime*¹ en la UACM, el cual cree en el 2007 gracias a la idea de mi hermana María. Dicho club fue posible gracias a: Cesar., María M., Mariana R., Casandra A., Jorge, Oscar, Belem, Christian, Cinthya, Ana B., Raúl, Carlos A., Carlos T., Diana, Miguel, Oswaldo, Vladimir, Joel, Edwin, Fernando y a muchos más.

Por otro lado, gracias a mi directora Susy Rodríguez, a quien siempre respetaré y recordaré con cariño, ya que me ayudó cuando más la necesitaba en la tesis. Me enseñó cosas muy valiosas que me ayudaron a mejorar académicamente que me motivan a seguir aprendiendo.

¹ El primer club de *anime* que se creó en la UACM fue "Tsubasa no yume", el cual cambió su nombre un año después a "Otakutopia".

Asimismo, agradezco a mis profesores de clases y lectores. Mis más sinceros respetos a: Cesar Illescas (que en paz descanse), Susy Rodríguez, Bily López, Radarani López G., Aída Analco, Ma. Luisa Castro, Octavio Serra, Martín Hernández, Goovinda Juárez, Fabiana Medina, Karina Moreno, Motenehuatzin H. y a todos aquellos maestros que algún momento me tocó la fortuna de conocerlos.

Un agradecimiento especial a la UACM que me abrió las puertas para cumplir este sueño. Aprendí, crecí y recibí grades tesoros que guardaré para toda la vida, ya que para mi esta universidad significa demasiado para mí, más de lo que muchos imaginan. Cada compañero, amigo y profesor los atesoraré para siempre y deseo de todo corazón lo mejor para las próximas generaciones, esperando que juntos llevemos en alto el nombre de esta escuela.

Finalmente, gracias por la beca otorgada por UACM – ICyTDF, la cual fue de gran ayuda durante el inicio del presente trabajo, asimismo, gracias a la UACM por apoyo para la impresión de la presente tesis.

Sé que algunas personas no creyeron en el tema de mi tesis, pero también les agradezco, ya que me dieron las fuerzas para demostrar que todos los temas tienen su propio grado de dificultad y de importancia, tanto para la persona que la realiza, como para la sociedad. Así, lo que empezó como un tema de mi agrado, se convirtió en un reto, ya que tuve que mantener una postura neutral, la cual me ayudó descubrir un interés más profundo al tema de los jóvenes y su posición que ocupan en la sociedad y en su propio territorio. Así que gracias a esas personas que convirtieron este tema de gusto personal, en un tema de reto personal.

*La posibilidad de cumplir lo que tanto se desea,
es a través del esfuerzo y de nunca olvidar.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
“EL ANIME: SU CONTEXTO EN JAPÓN Y EN MÉXICO”	7
1.1. ¿Qué es el <i>anime</i> ?.....	8
1.2. 1.2. El <i>manga</i> y su posición después de la Segunda Guerra Mundial.....	8
1.2.1. Del <i>manga</i> al <i>anime</i>	9
1.3. Inicios del <i>anime</i> y de su industria (durante y después de la guerra).....	10
1.4. Autores y obras importantes en el <i>anime</i>	12
1.4.1. Osamu Tezuka, creador del <i>manga</i> y <i>anime</i> moderno	12
1.4.2. Katsuhiro Ôtomo y <i>Akira</i>	13
1.4.3. Akira Toriyama y algunas de sus obras.....	14
1.4.4. Estudios <i>Gibli</i> y Miyazaki	14
1.4.5. Masashi Kishimoto y <i>Naruto</i>	15
1.5. Algunas características sobresalientes en el <i>anime</i>	16
1.5.1. Deformación tiempo/espacio en la animación japonesa	16
1.5.2. Expresión en primer plano	16
1.5.3. El diseño en la animación japonesa.....	17
1.6. Géneros en el <i>manga</i> y el <i>anime</i>	18
1.7. La llegada del <i>anime</i> a México.....	22
1.7.1. El <i>anime</i> en los años 60 y 70.....	22
1.7.2. El <i>anime</i> en México en los 90	23
1.6.3. El <i>anime</i> en la actualidad.....	24

1.8. Tipos de aficionados al <i>anime</i> (<i>otaku</i> , <i>friki</i> y <i>akiba-kei</i>).....	25
1.8.1. ¿ <i>Otaku</i> o <i>friki</i> en México?.....	27
1.8.2. El <i>cosplay</i> como actividad y como forma de vida.....	27
1.8.2.1. El <i>cosplay</i> en México.....	28
1.8.3. Moda japonesa en México (<i>lolitas</i>).....	29
1.9. Espacios de reunión en México.....	30
1.9.1. Las convenciones en México.....	30
1.9.2. Actividades y sitios de reunión para los jóvenes aficionados al <i>anime</i> en México	
.....	31

CAPÍTULO 2

“MARCO TEÓRICO”.....	33
2.1. La cultura y los medios de comunicación actualmente.....	34
2.1.1. La concepción de cultura.....	34
2.1.2. Los medios de comunicación actualmente (televisión e internet).....	37
2.1.3. Los medios de comunicación y la cultura.....	40
2.2.3. La verosimilitud en los medios de comunicación.....	41
2.2. Lo fantástico.....	42
2.2.1. Tres características del género fantástico.....	44
2.2.2. Una breve mención a la <i>Morfología del cuento</i> de Vladimir Propp.....	45
2.3. La identidad y los jóvenes.....	46
2.3.1. Los jóvenes como parte de la sociedad.....	47
2.3.2. La construcción de la identidad en los jóvenes.....	48
2.3.3. Los jóvenes y los medios de comunicación.....	49

2.3.4. Las culturas juveniles	50
2.3.5. Los jóvenes, su lenguaje y sus espacios de ocio	51
2.4. Las industrias culturales	52
2.4.1. La creatividad como parte de las industrias culturales.....	54
2.4.2. Consumo cultural.....	55
2.4.2.1. El consumo en los jóvenes	56

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DEL DISCURSO A DOS *ANIMES* Y SU RELACIÓN CON LOS JÓVENES

AFICIONADOS	59
3.1. Análisis de encuestas realizadas	60
3.1.1. Interpretación y análisis de las acuestas realizadas	61
3.2. Justificación de los <i>animés</i> seleccionados.....	67
3.2.1. Análisis del discurso.....	68
3.2.2. La oralidad como discurso	68
3.2.3. El lenguaje visual como discurso	69
3.2.4. La argumentación como parte del discurso.....	70
3.2.5. Connotación y denotación.....	70
3.3. Análisis al <i>anime</i> “ <i>Dragon Ball</i> ” Capítulo 1 “La leyenda de las esferas del dragón”	71
3.3.1. Análisis oral del <i>anime Dragon Ball</i>	74
3.3.1.1. Análisis del fragmento introductorio.....	74
3.3.1.2. Análisis del fragmento del conflicto	76
3.3.1.3. Análisis del fragmento final	79
3.3.2. Análisis visual (imágenes)	83

3.3.2.1. Análisis del fragmento Introdutorio (FI)	83
3.3.2.2. Análisis del fragmento del conflicto (FC).....	87
3.3.2.3. Análisis del fragmento final (FF)	90
3.4. Análisis al <i>anime</i> “Naruto” Capítulo 1 “Entra Naruto Uzumaki”	91
3.4.1. Análisis oral (diálogos seleccionados)	94
3.4.1.1. Análisis del fragmento Introdutorio (FI)	94
3.4.1.2. Análisis del fragmento del conflicto (FC).....	97
3.4.1.3. Análisis del fragmento final (FF)	100
3.4.2. Análisis visual (imágenes)	102
3.4.2.1. Análisis del fragmento Introdutorio (FI)	102
3.4.2.2. Análisis del fragmento del conflicto (FC).....	105
3.4.2.3. Análisis del fragmento final (FF)	108
3.5. Contraposición entre ambos <i>animes</i> (<i>Dragon Ball</i> y <i>Naruto</i>).....	109
3.6. Reflejo del <i>anime</i> en la identidad de los jóvenes mexicanos (<i>otakus</i>)	112
CONCLUSIÓN	116
Bibliografía.....	126
Glosario	131
Anexos.....	134

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

La animación japonesa, conocida por los aficionados como *anime*, es una industria que surgió como tal después de uno de los conflictos históricos más importantes del siglo XX: la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), la cual fue el impulso para la industria de la animación en Japón.

A partir de 1910 comienzan a llegar al cine japonés películas de animación inglesa, francesa y sobre todo estadounidense. Con el tiempo los japoneses realizaron sus propias producciones, pero surgieron varios inconvenientes: por un lado, los altos costos para importar el material para realizar las animaciones, así como el desconocimiento de técnicas para crear dichas producciones; por otro lado, la crisis económica que sufrió Japón en los años 20, con el terremoto de 1923 y la depresión mundial de 1929. A pesar de los diversos inconvenientes y limitaciones, los japoneses crearon sus primeras animaciones.

Durante la Segunda Guerra Mundial decayó aún más la económica de los japoneses, por la inversión que hicieron en armamento y suministros para la guerra, lo cual hizo que la animación japonesa detuviera su producción. La creación del *anime* fue retomada poco después de terminar la guerra, y con el tiempo se convirtió en una industria que no sólo fue del agrado de los japoneses, sino también de diversos países.

Muchos de los *animés* son adaptaciones de los *mangas*¹ más exitosos. Ambos productos, según Alfons Moliné, adquirieron popularidad gracias a la variedad de temáticas para todo público, ya que no sólo se captó la atención de niños, sino también de amas de casa y trabajadores. Las historias contadas a través de la animación y del papel llegan a relatar temas de la vida cotidiana, viajes fantásticos, temáticas religiosas o conflictos políticos.

¹ Historieta o comic japonés

La popularidad del *anime* en Japón provocó la creación de grupos de jóvenes, a finales de los años 70 y principios de los 80, que se hacían llamar en un principio *otakus*² y tiempo después *akiba-kei*³ a principios del 2000. Estos jóvenes realizaban, y siguen realizando, actividades como adquirir y ver *anime*, el *cosplay*⁴ y la realización de *doujinshi*⁵. Los jóvenes japoneses se reunían, y se siguen reuniendo, principalmente en convenciones, en puntos específicos de Japón como parques y centros comerciales, y en el barrio de Akibajara, en este último se venden todo tipo de productos relacionados con el *anime*, *manga*, videojuegos, y productos tecnológicos. No sólo en Japón tuvo éxito la animación japonesa, sino también en diversos países como México, en donde al igual que en Japón, los jóvenes mexicanos crearon grupos de seguidores del *anime*, sólo que en este caso los aficionados adoptaron el término *otaku* para autodenominarse, imitaron actividades como las convenciones, el *cosplay*, el dibujo y algunas actividades culturales propias de Japón.

Hay que tener en cuenta que la animación japonesa es un fenómeno social que no es exclusivamente de los jóvenes, sobre todo en Japón, ya que entre los seguidores se encuentran desde niños hasta adultos mayores, quienes muchas veces no demuestran en su comportamiento el gusto por el *anime*, pero lo consumen como un medio de entretenimiento tan importante como una novela o un noticiero. En México sobresalen más los jóvenes aficionados al *anime*, de entre 20 y 29 años, en gran medida porque su apogeo fue durante los años 90, pero en convenciones o en otros puntos de reunión se llegan a observar personas que rebasan los 50 años, quienes conviven y demuestran su afición abiertamente, ya sea cantando en un concierto de *anime* o usando un *cosplay*⁶, por decir algunos ejemplos.

² Aficionado al anime y al manga, son llamados así en países como México

³ Aficionado japonés del anime y la tecnología

⁴ Juego de disfraces

⁵ Historietas creadas por aficionados

⁶ Juego de disfraces

Uno de los puntos de interés en esta investigación es precisamente la creación de grupos de jóvenes mexicanos, de 14 a 29 años, cuya afición gira en torno al *anime* y a la cultura japonesa en general para la construcción de su identidad, ya que es un aspecto de suma importancia para el desarrollo de todo individuo, y se construye bajo la influencia de las diversas instituciones, como la familia, la escuela, la sociedad, la religión y los medios de comunicación. Cada persona tiene una ideología diferente que lo hace pertenecer a un grupo específico en la sociedad, y a su vez, lo hace pertenecer a grupos que tengan los mismos gustos⁷.

En términos generales, la hipótesis que se maneja en la presente tesis señala que los jóvenes mexicanos adquieren elementos culturales e identitarios del *anime*, lo cual se utiliza como medio para reunir a grupos de aficionados. Dichos aficionados y grupos no ven el *anime* sólo como un producto, sino como un bien cultural capaz de ser incorporado a su estilo de vida y para ayudar a construir parte de su identidad. Por tal motivo algunos jóvenes llegan a imitar a los personajes de animación, tanto en su vestimenta como en su forma de ser, ya que encuentran en ellos un sentido de pertenencia.

Parte de la identidad de los llamados *otakus* gira en torno al *anime*, por lo que la presente tesis tiene como objetivo general dar a conocer qué tipo de argumentación maneja la animación japonesa para ser aceptada y asimilada por los jóvenes aficionados. Ahora bien, uno de los objetivos particulares es dar a conocer a los grupos de jóvenes que han adoptado al *anime* como parte de su estilo de vida, al acoger características propias del *anime* y por consecuencia de Japón, para la construcción de su identidad que puede ser consciente o inconsciente. Otro objetivo particular es saber si los jóvenes adquieren el *anime* como un producto más o si lo adquieren porque ven en él un medio por el cual se puedan identificar.

⁷ Según el pensamiento de Carles Feixa, quien señala a las instituciones, como las principales constructoras de identidad

Con respecto al contenido de la presente tesis, ésta se divide en tres capítulos y una serie de anexos que servirán para comprobar la hipótesis.

Se presenta en el capítulo 1, como primera instancia, referencias acerca del *anime*, que abarcan tanto el contexto de la animación como del *manga*, y el surgimiento de ambos productos como industria; también se habla de los géneros existentes y las características más sobresalientes del *anime*; la creación de grupos de aficionados al *anime*, tanto en Japón como en México, los eventos en donde se reúnen dichos grupos y la llegada del *anime* a México. Las anteriores temáticas tienen como objetivo tener una referencia acerca de la animación japonesa como producto de entretenimiento y como parte central de los diversos grupos de jóvenes aficionados. Es así como las anteriores referencias estarán ampliamente ligadas con los conceptos que se dan en el marco teórico.

El capítulo 2 expone el marco teórico, es decir, los conceptos que se eligieron para utilizar y explicar aspectos particulares del *anime* y de los jóvenes. En dicho capítulo se tocan temas como: la cultura y su relación con los medios de comunicación, se maneja a la cultura como un concepto complejo que tiene como característica principal la relación con los valores, tradiciones, la forma de vestir y las ideologías; así como los conceptos de realidad, lo fantástico y la ciencia ficción, todo en relación con los medios de entretenimiento como la televisión, puesto que estos conceptos son difundidos y utilizados en los medios de entretenimiento e información; se tocan temas como los jóvenes y su identidad, aspectos que sirven para explicar la construcción de dicha identidad a través de las instituciones y de su entorno, que como ya se mencionó, entre esas instituciones se encuentran los medios de comunicación como unos de los principales medios por los cuales el individuo adquiere gran parte de sus ideologías; por último, se habla del consumo, las industrias culturales, la reproductibilidad técnica y la creatividad que se explican con ejemplos en relación al *anime* y a los jóvenes.

Los temas que se manejan en el marco teórico explican en gran medida al *anime* como parte de los medios de entretenimiento y la difusión que tiene con respecto a su ideología y cultura japonesa de los que es portador. También, se crea una relación para explicar el porqué de la construcción de los grupos de jóvenes que gustan de la animación japonesa. Todo esto se puede comprobar a través de los mismos ejemplos que se manejan a lo largo del capítulo 2 y en el desarrollo del capítulo 3, puesto que en él se despliega la comprobación de la hipótesis.

En el último capítulo, el tercero, se realiza un breve resumen del análisis del discurso, con el cual se examinan dos animaciones japonesas, *Dragon Ball* y *Naruto*, que fueron seleccionados a través de las encuestas realizadas a jóvenes aficionados. Con el resultado del análisis y los datos lanzados en las encuestas se llega a una conclusión para comprobar parte de la hipótesis planteada. En primera instancia se hace un análisis a los diálogos con relación a los conceptos del marco teórico del capítulo 2.

Es así como la presente investigación se utiliza una metodología cuantitativa, al ejecutar una serie de encuestas a 95 jóvenes, de entre 14 y 29 años; las gráficas correspondientes a las encuestas, junto con una interpretación de las mismas, se encuentran en el anexo 1. Asimismo, se examinan los datos lanzados a través de la metodología cualitativa al utilizar el análisis del discurso, tanto en los diálogos, como de las imágenes. Los datos fueron la base para sustentar la hipótesis y la información que se presenta a lo largo de la tesis.

Finalmente, cabe señalar que la presente tesis no expone un análisis profundo de los *animés* seleccionados, sólo se señalan los aspectos más sobresalientes con respecto al discurso que manejan dichas animaciones, así como elementos culturales que se encuentran consiente e inconscientemente, tanto de los diálogos como de las imágenes de las animaciones seleccionadas. El propósito del análisis de los *animés* es la localización de elementos que se reconocen u observan en la construcción de la identidad de los jóvenes mexicanos.

CAPÍTULO 1

EL *ANIME*: SU CONTEXTO EN JAPÓN Y EN MÉXICO

La información que se muestra a continuación es una recopilación de libros, documentales, revistas especializadas, programas, y conocimientos personales de los últimos años, como convenciones y eventos culturales. Por lo que la información que se da, se complementa entre sí, a través de las fuentes ya mencionadas. Todo con el fin de mostrar un panorama del contexto histórico del *anime*, el cual ha influido para la creación de grupos que giran en torno a ese producto de los medios.

1.1. ¿Qué es el *anime*?

El origen de la palabra *anime* es diverso y variado, Alfons Moliné, en su libro *El gran libro del manga*, menciona que *anime* proviene de la palabra inglesa *animation*, la cual fue acortada y modificada un poco; otra de las propuestas de su origen proviene de francés *animé*, que significa animado; también se dice que proviene del latín *anima*, que significa alma. Pero, Moliné se inclina a pensar que la palabra *anime* es de origen francés, ya que representa el movimiento de los dibujos. En Japón se utiliza la palabra “anime” para referirse a todo tipo de animaciones fuera y dentro de su país, sin embargo, en otros países como México, se le llama *anime* sólo a la animación de origen japonés.

Antes de crear el *anime* los japoneses contaban con medios de expresión gráfica, es decir, pinturas y dibujos, los cuales relataban pequeñas historias que se perfeccionaron hasta crear las historietas japonesas mejor conocidas como *manga*.

1.2. El *manga* y su posición después de la Segunda Guerra Mundial

La palabra *manga* es de origen japonés, está formada por dos *kanjis*: *man* que se interpreta como "irresponsable, incontrolable, caprichoso", y *ga* que significa "dibujo, ilustración, garabato". El termino *manga* fue acuñado en 1814 por Katsushika Hokusai, un artista japonés. El *manga* son

las historietas o comics estilo japonés, los cuales tienen diferentes formatos, que en su mayoría son en blanco y negro y se leen de derecha a izquierda.

Actualmente, Osamu Tezuka es considerado por muchos dibujantes como padre del *manga* moderno, según el documental *Explosión Anime*, puesto que su técnica de dibujo y sus temáticas revolucionaron al *manga* que se creaba durante los años 40 y 50. En las animaciones de Tezuka se incluían historias futuristas, como en el caso de su obra *Astroboy*, en donde el estilo de los personajes rompía los ya establecidos, tanto físicamente como en sus técnicas. Con *Astroboy* se rompe con el tradicional dibujo realista y estático.

Así, una vez liberados del peso de las estructuras arcaicas, Japón comienza a ser reconstruido con su disciplina y fuerza, incorporando a su industria todas sus innovaciones del momento. Es decir, los japoneses ocuparon parte de su presupuesto para la creación de inventos, productos e investigaciones que ayudaron a su economía, convirtiéndose en una gran potencia, ya que se abarcó el mercado mundial, dos de los productos e inventivas fueron: el *manga* y el *anime*.

1.2.1. Del *manga* al *anime*

Gracias a la popularidad que obtuvo el *manga* y con el surgimiento de los cortometrajes animados en Japón, se creó una relación entre ambos productos. Dicha estrategia fue para asegurar el éxito del *anime*, actualmente se realizan adaptaciones animadas de los *mangas* más populares, lo cual ha resultado del agrado de los aficionados.

Las adaptaciones del *manga* al *anime* crean algunas diferencias entre sí. Existen animaciones que son fieles a la versión impresa, un ejemplo de ello es la obra *Meitantei Conan* (*Detective Conan*), en el cual los diálogos pueden llegar idénticos al *manga*, sin embargo, hay animaciones en las que las adaptaciones son más libres, puesto que pueden llegar a cambiar la

historia o agregar personajes que no afectan la trama; en ocasiones los *animés* tienen un final diferente o inconcluso en comparación al *manga* del que se basan.

1.3. Inicios del *anime* y de su industria (durante y después de la guerra)

El inicio del *anime* comienza con los primeros cortos de animación estadounidense que llegaron a Japón en la segunda década del siglo XX, lo cual fue parte de la influencia para los artistas japoneses, quienes crearon nuevas técnicas de animación. Moliné señala a Seitarô Kitayama, como padre de la animación japonesa, por sus primeros cortometrajes: *Suru kani kassen* (*El cangrejo se venga del mono* de 1917) y *Momotoro* (*El niño melocotón* de 1918), este último es basado en un cuento popular japonés y fue la primera animación conocida fuera de Japón.

En 1927 Noburo Ofuji creó *Kujira* (*La ballena*), la cual tuvo éxito y fue elaborada con una técnica llamada *chigoyami*⁸. Por su lado, *Chikara to onna no yo no naka* (*Lo que importa en el mundo son el dinero y las mujeres* de 1932) fue la primera animación con diálogos. Poco después, durante la Segunda Guerra Mundial se presentó el corto de Kenso Masaoka llamado *Kunno to Churipp* (*La araña y el tulipán* de 1943), considerada una obra maestra en su época.

Asimismo, el *anime*, bajo el contexto de la Segunda Guerra Mundial, tiene como antecedente el 8 de diciembre de 1941, año en el que Japón ataca la base Norteamérica de Pearl Harbor. La marina japonesa encomienda una película, que sería el primer largometraje animado, para realzar los éxitos militares llamada *Momotoro no umiwashi*⁹, de Mitsuyo Seo, la cual tuvo un carácter propagandístico y logró gran éxito entre el público infantil.

El documental llamado *Manga, Manga* menciona que en 1945 Japón perdió a más de tres millones de personas, uno de cada tres japoneses carecía de hogar consecuencia de las dos bombas nucleares que cayeron en Hiroshima y Nagasaki. Con el tiempo el modo de vida

⁸ Significa “figuras recortadas” con un papel semitransparente.

⁹ Conocida en español como *Las águilas marinas de Taro Melocotón* estrenada en 1942

norteamericano se fue incorporando poco a poco en la vida de los japoneses, durante los años 60 la economía en Japón estuvo totalmente recuperada, y las exportaciones aumentaron su valor.

Por otro lado, se comenzó a realizar diversos *animes* con temáticas llenas de complejidad, al incluir elementos melodramáticos que contraponen el surrealismo con la modernidad, ejemplo de esto es el género *mecha*¹⁰. Así, la industria de animación japonesa tomó gran importancia en los años 40 y 50, ya que se produjeron series animadas con poco presupuesto destinado a la televisión para competir de alguna manera con el entretenimiento que llegaba de Estados Unidos. A finales de los años 50 Taiji Yabushita dirigió los primeros cortometrajes a color, *Hakuja Den* (1958) y *Shonen Sarutobi Sasuke* (1959), que ganaron el premio de cine infantil de Venecia.

La popularidad que tenían los largometrajes de animación, tanto en Japón, como en otros países dio comienzo a la industria del *anime*:

Con frecuencia se considera erróneamente a *Tetsuwan Atom* (Astro boy), basada en el *manga* homónimo de Osamu Tezuka y lanzada en enero de 1963 por su estudio Mushi *Productions*, como la primera serie televisiva de animación japonesa. En realidad, tal honor corresponde a *Manga Calendar*, serie de carácter didáctico producida por el estudio Otogi y emitida a partir de junio de 1962. (Moliné 2002: 57)

Es decir, que la primera serie de *anime* transmitida en televisión japonesa fue en 1962 con *Manga Calendar* una serie didáctica, seguida por otra animación transmitida en 1963 llamada *Tetsuwan Atom*, mejor conocido en México como *Astroboy*, de Osamu Tezuka, que fue el primer *anime* basado en un *manga*.

¹⁰ Género de *anime* cuya principal temática gira en torno a los robots gigantes o de tamaño similar a las personas.

1.4. Autores y obras importantes en el *anime*

Existen diversos autores que han marcado parte de la historia del *anime* y el *manga* en Japón los cuales se han encargado no sólo de cambiar la manera de ver el *anime*, sino también han logrado que sobresalgan sus obras y personajes en diversas partes del mundo.

1.4.1. Osamu Tezuka, creador del *manga* y *anime* moderno

Como ya se mencionó en apartados anteriores, Osamu Tezuka (1928-1989), padre del *manga* moderno, es uno de los autores más importante en Japón. Con su obra *Astroboy* nace el *manga* moderno, a través de la estética¹¹ de los personajes y la utilización de los ojos grandes. Así, Tezuka inició uno géneros del *anime* y *el manga* llamado *mecha*¹².

Después de la Segunda Guerra Mundial Japón se convirtió en un mercado cerrado, lo que hizo que se realizara una industria que quedara fuera de la influencia extranjera. Mientras que el superhéroe en Estados Unidos era un hombre con poderes sobrehumanos, en Japón los héroes eran robot, como *Astroboy* o *Mazinger Z*, y con el tiempo no se quedaron con un sólo estereotipo de héroe, sino que se creó diversos héroes y heroínas para todos los gustos.

Otra de las características del *anime* de Tezuka, era el bajo presupuesto con el que contaba para producir su animación. Yasuki Hamano, profesor de la universidad de Tokio, comenta que Tezuka al encargarse de la producción de *Astroboy* contaba con una quinta parte de lo que costaba en ese entonces una producción animada occidental: “Tezuka tenía que realizar

¹¹ Por estética se entiende a la rama de la filosofía que estudia la esencia y la percepción de la belleza, asimismo puede llegar a ser denominada como una ciencia que estudia la belleza y el arte. El filósofo A.G. Baumgarten, en su libro *Meditaciones acerca del conocimiento, las verdades y las ideas*, utiliza la palabra “estética” para referirse a la “ciencia de lo bello”, en donde además se integra el análisis de la esencia del arte, junto con sus valores.

¹² De la misma manera con la creación de *Mazinger Z*, en 1972 de Goe Nagai, según Moliné se consolidó aún más el género *mechas*, en el cual se incluía la tecnología y el melodrama. .

animación con el menor costo posible, por lo que la animación limitada fue fruto de la necesidad”¹³, ésta es una de las características que ha prevalecido a lo largo de los años.

Otras de las obras de Tezuka conocidas en México son: *Ribon no Kishi*, mejor conocida como *La princesa caballero* de 1953, y *Janguru Taitei*, recordada como *Kimba el león blanco* de 1950. La primera, según Moliné, fue considerada como una de las primeras animaciones de corte *shojo*, ya que era dirigida principalmente al público femenino, por otro lado, *Janguru Taitei* tuvo gran aceptación entre el público infantil y fue el primer *anime* que se realizó a color.

1.4.2. Katsuhiro Ôtomo y *Akira*

Moliné menciona que Katsuhiro Ôtomo es un autor de *anime* y *manga* que inició en el campo de la publicidad, la ilustración y la animación. Una de sus obras más importantes es *Akira*, un clásico del *anime*, dicha obra dio pie a que el público reconociera que el *anime* podía presentar temáticas complejas y que no era exclusivamente para niños. Así pues, Yasuki Hamano, profesor de la universidad de Tokio, confirma lo antes dicho al mencionar que: “*Akira* fue la película que puso en manifiesto ante el mundo, que el *anime* no era sólo patrimonio de los niños”¹⁴.

La obra de *Akira* es una adaptación del *manga* que lleva el mismo nombre, rebasó las expectativas de su creador, ya que en un principio se tenía pensado que la historia tuviera 200 páginas, sin embargo, se extendió a más de 2000 páginas recopiladas en seis tomos. Aunque Ôtomo tenía ya una carrera sólida, *Akira* logró colocarse entre los *mangas* fantásticos y de ficción más importantes en Japón. De la misma manera dicha obra, aunque no fue la primera en llegar a Occidente, sí fue la primera en consolidar al comic japonés en Europa y América. Ôtomo siguió realizando obras que tuvieron éxito en Japón, aunque ninguna como *Akira*.

¹³ Yasuki Hamano profeso de la Universidad de Tokio.

¹⁴ Ídem

1.4.3. Akira Toriyama y algunas de sus obras

Akira Toriyama inició como dibujante de publicidad, pero abandonó dicha carrera para dedicarse al dibujo de *manga*, su primera obra fue *Wonder Island*¹⁵, seguida de *Dr Slump*¹⁶ y años después con *Doragon Boru*, entre otros de sus títulos importantes esta *Doragon Kuesuto*¹⁷. Actualmente Akira Toriyama imparte sus conocimientos a través de publicaciones, prácticas y talleres.

Toriyama es uno de los autores más importantes en Japón, una de sus obras más reconocida es *Doragon Boru*¹⁸, la cual ha tenido gran popularidad en México, en donde se sigue transmitiendo desde 1995. La historia del protagonista es basada en el personaje principal de la leyenda china *Sun Wu Kong*.

1.4.4. Estudios Ghibli y Miyazaki

Uno de los estudios que sobresale por sus animaciones e historias fuera de Japón, gracias a su estilo de dibujo e historias, es Ghibli. La filosofía de Estudios Ghibli, según su presidente Toshio Suzuki, es: “producir obras que sean interesantes, que tengan mensaje y sean rentables”¹⁹, filosofía que muchos estudios adoptan actualmente.

Hayao Miyazaki es uno de los autores más importantes dentro de Estudios Ghibli, su animación contiene un toque europeo que se encuentra tanto en sus personajes como en los escenarios en donde se desarrollan las historias. Toshio comenta al respecto: “Japón perdió la guerra en 1945, cuando Miyazaki tenía apenas 4 años, dejó de preferir a su propio país porque perdió y tampoco le gustaba Estados Unidos porque derrotaron a Japón, como consecuencia le

¹⁵ Publicada en 1978 por *Shonen Jump*

¹⁶ Conocida en México como: *Arale* de 1980

¹⁷ Conocida fuera de Japón como: *Dragon Quest* o *Fly* de 1986

¹⁸ Mejor conocida como: *Dragon Ball* de 1984

¹⁹ Toshio Suzuki entrevistado del documental *Explosión anime*

quedaba Europa, para él era mundo de consuelo²⁰, es decir, Miyazaki muestra su inclinación a Europa por medio de sus historias y personajes, dicha inclinación se debe a consecuencia de la guerra en su país. Con el *Viaje de Chihiro* Miyazaki ganó el Óscar en el 2001 por mejor película animada, en donde sus adversarios, por así decirlo, eran animaciones estadounidenses como *La era de hielo* y *Lilo y Stitch*. Con el mismo *anime* ganó el oso de oro en el festival de Berlín (2002), en el cual compitió con películas de imagen real.

Cabe añadir que dos de las animaciones producidas en Estudios Ghibli y que son recordadas en México son: *Heidi (Arupusu no Shōjo Haiji)* 1974) y *Marco (Haha wo tazunete sanzenri)* 1976) ambas obras de Isao Takahata, el mismo creador de la *Tumba de la Luciérnagas (Hotaru no Haka, lit)* 1988), la cual está basada en la angustia que vivieron los japoneses durante la Segunda Guerra Mundial, sobre todo se remarca la desesperación de los niños que quedaron sin hogar y sin familia.

1.4.5. Masashi Kishimoto y *Naruto*

El *mangaka* Masashi Kishimoto se ha hecho famoso en Japón a partir de su éxito con el *manga* y *anime* de *Naruto* (1999), serie que combina la temática de ninjas, con jóvenes, maldiciones y uno de los seres más queridos por los japoneses, que es el *kyubi no yoko* (zorro de nueve colas). Antes de *Naruto* comenzó con publicaciones sencillas, pero que le dieron reconocimientos entre el público, su primera obra publicada fue *Karakuri (Mecánico)*, seguida de *Michikusa (Hierba del camino)*. Masashi admira el trabajo de Akira Toriyama y Katsuhiro Ôtomo, ya que fueron los autores que lo inspiraron a elegir su camino como *mangaka*.

²⁰ Ídem

1.5. Algunas características sobresalientes en el *anime*

1.5.1. Deformación tiempo/espacio en la animación japonesa

Entre las características más sobresalientes de la animación japonesa se encuentra la deformación del tiempo y el espacio, en otras palabras, se utiliza el tiempo como herramienta para provocar suspenso y curiosidad en las escenas. Ampliando la idea anterior, Toshio Suzuki alude que: “la deformación del espacio y el tiempo son dos elementos típicos del *manga* y del *anime*, y están estrechamente unidos a la cultura oriental”²¹. Por ejemplo, en el *anime* un recuerdo en una escena de acción se desarrolla en un supuesto de un minuto, pero en el tiempo real llega a ser de más de cinco minutos o el capítulo completo; otro ejemplo podría ser el impacto de un golpe en una pelea, la trayectoria de un golpe llega a ser de un par de segundos, pero en la escena de un *manga* llega a ser plasmada en una serie de viñetas que van dibujando paso a paso dicho golpe, ya que se involucran otras escenas que acompañan el impacto. En el *anime* esa misma escena del golpe es similar a la del *manga*, sólo que con imágenes en movimiento.

1.5.2. Expresión en primer plano

Otra de las características en el *anime* es la técnica en el dibujo y en la animación que manifiesta la expresión plana, Yasuki Hamano indica que los occidentales tienden a expresarse en tres dimensiones, mientras que los japoneses prefieren la expresión en plano, Hamano menciona que: “es algo que ya ocurría en el antiguo arte de Demaki, los rollos ilustrados narrativos del siglo XII, o en el *ukiyo-e* los grabados impresos sobre papel del siglo XVI, del mismo modo que sucede en el *manga* es como si la información plana estuviera incorporada al gen de los japoneses”. Un claro ejemplo se encuentra en una de las pinturas más reconocidas en Japón llamada: *Kanagawa oki*

²¹ Toshio Suzuki entrevistado del documental *Explosión anime*

*nami ura*²², pintura en la que se encuentra la técnica del *ukiyo-e* que grababa el dibujo con planchas de madera, permitiendo que se fijaran las líneas y los colores dando un efecto diferente a otras pinturas, como la sensación de movimiento a pesar de que se encuentra estática y al mismo tiempo se presenta profundidad. En otras palabras, mientras que el arte de animación occidental consiste en el movimiento de imágenes, el *anime* busca narrar historias con imágenes que se encuentran a menudo estáticas.

1.5.3. El diseño en la animación japonesa

Una más de las características más sobresalientes en el *anime* es su diseño, ya sea en los personajes o los escenarios, Roberto Cueto, crítico e historiador cinematográfico, señala que: “la animación japonesa nunca ha estado obsesionada por la reproducción de lo real, sino que siempre ha tenido una mayor estilización, esto es algo que está presente en la cultura japonesa, el arte como estilización de lo real, casi como de una manera ritual”²³.

Dicho de otra manera, la estilización de los personajes de *anime* es parte de la cultura japonesa, puesto que no sólo se encuentra en la animación, sino también en el arte en general, así como en la arquitectura y en sus tradiciones. Así, los trazos de los personajes de *anime* son sencillos y no se asimilan del todo al rostro humano, siempre se tiene presente una perfección irreal: los grandes ojos son parte fundamental de los personajes, ya que reflejan un estado de ánimo, inocencia o madurez; las líneas sencillas que forman una boca o una nariz; cuerpos con proporciones irreales, ya que la mayoría son estilizados y no se cumple con una reproducción fiel de un cuerpo humano, esto dependerá muchas veces del género al que pertenezcan. Es importante mencionar que, la belleza en algunos géneros destaca más que en otros, muchas veces se

²² La gran ola de Kanagawa de Katsushika Hokusai

²³ Roberto Cueto entrevistado en el documental *Explosión anime*

confunden los personajes masculinos por mujeres, sobre todo en el *shojo*²⁴, en el que este estereotipo de chico “perfecto” se remarca más que en otros géneros.

Así pues, el profesor Hamano indica que después de la restauración de *Meiji* (1853-1877): “la animación es un medio de expresión que permite crear cualquier imagen. Ha servido para saciar el ansia de los japoneses en ese sentido”²⁵, es decir, que la animación es la representación de lo que los japoneses imaginan o desean, y lo transmiten por medio de sus historias y dibujos.

1.6. Géneros en el *manga* y el *anime*

Los diferentes géneros que existe en el *anime* surgieron por primera vez en el *manga*, como parte de la estrategia para cumplir las expectativas de todo tipo de público y como estrategia de venta. En el *anime* y el *manga* existe una gran variedad de géneros para todos los gustos, ya sea para niños, jóvenes, estudiantes, trabajadores y amas de casa. Los diversos géneros también pueden distinguir el tipo de trama, personajes y hasta el estilo de dibujo que se utiliza en cada animación.

Los géneros que se presentan en los siguientes apartados, son sólo algunos de los más populares. La información que se utiliza es parte de los documentales llamados *Manga*, *Manga* y *Manganime*, así como de los libros *El gran libro del manga* y *Mil años de manga*:

- *Kodomo*²⁶: Es un género dirigido principalmente al público infantil, su animación es sencilla. Las temáticas giran en torno a la amistad, aventuras y la superación personal. El uso de la violencia no es parte de este género. Además, se utiliza colores llamativos y personajes que por lo general son niños de no más de diez años. Es decir, que el aspecto de los personajes no es tan estilizado como en otros géneros; los personajes tienden a ser

²⁴ Género dirigido al público femenino.

²⁵ Yasuki Hamano entrevistado en el documental *Explosión anime*

²⁶ Palabra japonesa que significa niño

un tanto regordetes, o más redondos en sus proporciones, ya que son infantes los que protagonizan las historias.

- *Shonen*²⁷: Es el género dirigido al público masculino, sus temáticas tratan generalmente de deportes, batallas, acción y aventuras. Los personajes principales son hombres jóvenes. Los personajes masculinos son muchas veces de estatura baja y de complexión delgada, pero fuertes. Por otro lado, las mujeres, por lo general, son voluptuosas y bellas. El *shonen* llega a estar ligado con otros géneros como: de *mechas*, *seinen* o *hentai*, sólo por mencionar algunos.
- *Shojo*²⁸: Dicho género tiene como objetivo principal el público femenino, aunque hay muchos seguidores masculinos. En dicho género existen temáticas para diversas edades, su trama se caracteriza por su contenido romántico y triángulos amorosos. El *shojo* ha sido uno de los géneros más importantes, ya que Japón fue uno de los primeros que dedicó animación para el público femenino y comenzaron a introducir a las mujeres a la industria del dibujo. Una de las primeras autoras fue Hideo Mizuno, sin embargo, las primeras obras *shojo* fueron creadas por hombres: Shōzuke Kuragane y Osamu Tezuka. Por otro lado, en el *shojo* existe un subgénero llamado *magical girl*, que en su mayoría es protagonizada por grupos de chicas o una sola, las cuales tienen algún tipo de misión que resuelven con ayuda de sus poderes mágicos o con su valentía como guerreras.

Entre las características físicas, en el *shojo*, se encuentra la belleza de los personajes masculinos y femeninos lo cual es llamado *bishojo* (joven hermosa) y *bishonen* (joven hermoso), esto es muy importantes para este género, ya que es una de las

²⁷ Palabra japonesa que significa chico u hombre

²⁸ Palabra japonesa que significa chica o mujer

mayores atracciones para el público. Los personajes tienen rasgos finos, tanto hombres como mujeres, en muchos casos los personajes masculinos llegan a confundirse con mujeres, por lo fino de sus facciones. Los colores que se utilizan frecuentemente son claros, brillantes o con tonalidades pastel.

- *Yuri y yaoi*: Son dos géneros que han causado polémica por su contenido, que integra relaciones amorosas entre parejas del mismo sexo, a pesar de su similitud en ese aspecto, su trama en cada una es diferente.

Por un lado, el *yaoi* viene de la unión de las palabras japonesas *yama nashi* (sin un punto), *ochi nash* (sin un pico) e *imi nashi* (sin significado). El *yaoi* podría ser otro subgénero del *shojo*, tienen en común la belleza en los personajes, y las temáticas. Este género es dirigido principalmente al público femenino, por el tipo de trama romántico. Por otro lado, el *yuri* es la contraparte del *yaoi*, ya que las situaciones amorosas son entre mujeres, y es consumido en su mayoría por hombres. La estética en los personajes y las temáticas dependerá del tipo de historia que se presente.

- *Mechas*²⁹: Éste género llega a mezclarse con otros géneros como el *shojo* o el *shonen*. El *mecha* se caracteriza por incluir en su trama robots de todo tipo, que por lo general son robots gigantes que son tripulados por jóvenes estudiantes que tienen como misión proteger a la humanidad o están involucrados en otro tipo de conflictos.
- *Hentai*³⁰ y *ecchi*³¹: Tanto el *hentai* como el *ecchi* son géneros que tienen un público selecto, por decirlo de algún modo, ya que es dirigido a mayores de edad, por sus escenas

²⁹ Palabra japonesa que significa robot

³⁰ Palabra japonesa que significa pervertido o perverso.

³¹ Es la pronunciación en japonés de la primera letra de la palabra *hentai*.

eróticas, sugestivas y hasta pornográficas. Ambos géneros son un tanto diferentes en su trama y en su contenido.

Por una parte, el *hentai* (pervertido o perverso) está dentro de la clasificación japonesa del *seiji manga* (*manga* para adulto), que está dirigido sólo a mayores de edad, bajo el artículo 175 del código penal japonés, que no permite material “moralmente perjudicial” y prohíbe la exhibición de vello púbico. El *hentai* tiene un contenido un tanto pornográfico³², por así decirlo, y se pueden encontrar historias complejas o simples las cuales son mezcladas con escenas de sexo explícito y picarescas.

Por otra parte, el *ecchi* es un derivado del género *hentai*, pero el contenido no explícito. El *ecchi* muestra a los personajes femeninos en situaciones un tanto sugestivas, exponiendo parte de su cuerpo, puesto que se tapa con poca ropa partes del cuerpo³³ y exhibe en ocasiones escenas de sexo no tan explícito como el *hentai*. En algunos *animes* se incluyen tramas o situaciones románticas. Los personajes femeninos, sin ningún motivo lógico, llegan a mostrar su ropa interior o algunas partes del cuerpo por medio de escotes o topa entallada, esto también es conocido como *fan service*.

En definitiva, el *ecchi* podría ser un derivado del *hentai*, sin embargo, este último es considerado en muchas ocasiones como pornográfico, por lo que es exclusivo para adultos, mientras que el *ecchi* no llega a ese tipo de clasificación, porque sólo presenta situaciones sugestivas, sin llegar a escenas de sexo explícito.

³² Según el diccionario de Gran academia española, la pornografía es aquello que tiene un carácter obsceno que se encuentra en obras literarias y artísticas.

³³ En algunos *animes* existen escenas parecidas, en donde se presentan escenas picarescas, como cuando las mujeres muestran ropa interior accidentalmente.

- *Gore*³⁴: No sólo es un género que pertenece al *anime* o al *manga*, sino que es un género del cine en general, también es llamado *splatter*. En dicho género se halla un contenido de violencia sangrienta, puesto que se presenta mutilación del cuerpo humano utilizando grandes cantidades de sangre. La trama gira en torno al terror mostrar una crítica social, asimismo, se llega a mezclar con otros géneros como el *hentai*.

Los diferentes tipos de géneros lograron ser del agrado de los japoneses, quienes exportaron el *anime* a otros países lo que provocó un impacto similar, uno de esos países es México, el cual ha introducido la animación japonesa poco a poco y de diferentes maneras. Así pues, los géneros presentados muestran la variedad de historias que tocan temáticas complejas, como el fin del mundo, combinado con la religión y problemas políticos. Esto hace que el público que ve *anime* tenga diversas opciones, y que no se quede con un sólo género, ampliando la industria de la animación, los espectadores y del consumo cultural.

1.7. La llegada del *anime* a México

1.7.1. El *anime* en los años 60 y 70

La llegada del *anime* a México fue aproximadamente en los años 60, pero cobró más popularidad durante los años 90, década en la que muchos jóvenes definieron su afición por este tipo de animación. Salvador Quiauhtlazollin, periodista de la revista *Etcétera*, señala que la transmisión de caricaturas en México comienza casi a la par con Estados Unidos, al ser el relleno en los cines, durante los inicios de los años 60.

Así pues, a finales de los años 60 e inicios del 70 se transmitió en la televisión mexicana series japonesas dirigidas al público infantil, como *Kanju eigas*, *Capitán Ultra* y *Ultra Seven*. En esas mismas décadas se transmitieron series de animación estadounidenses como: Warner,

³⁴ La palabra *gore* significa literalmente sangre o sangre derramada.

Universal, MGM y Disney. En los años 60 el *anime* comenzó a ser parte de la programación televisiva fuera de Japón, sin embargo, fue a principios de los 70 cuando tuvo mayor fuerza. México fue uno de los países que introdujo la animación japonesa en su programación a finales de los 70. Uno de los factores que influyó en la popularidad del *anime* en México fue el incluir dentro de sus historias, adaptaciones de la literatura como: *Alps no shojo*, mejor conocida como *Heidi* (1974). Otros de los *animés* transmitidos durante los años 80 son: *La familia Robinson*, *Los Momin*, *Remi*, *La rosa de Versalles*, *Mazinger Z* y *Candy Candy* muchos de ellos de corte literario.

1.7.2. El *anime* en México en los 90

A partir de los años 90 la forma de ver la animación en México cambió, al incluir en barras especiales programación de *animés*, los cuales incluían temáticas complejas, en comparación con otras, se incluían peleas y algunos rasgos de violencia. Así, muchos de los que ahora se hacen llamar *otakus* conocieron a la animación japonesa a finales de esa misma década.

Tv Azteca colocó una barra especial de *anime* y se dieron a conocer animaciones que hoy se recuerdan como clásicos: *Caballeros del zodiaco*, *Sailor Moon*, *Los justicieros*, *Candy Candy* (retransmisión), *Slamp Dunk* y *Sailor Moon*. La popularidad de dichas animaciones hizo que Televisa transmitiera en esa misma década *Dragon Ball* y *Ranma ½*, *animés* que fueron populares entre personas de diversas edades, sobre todo en niños y jóvenes, pero también causó disgustos entre padres de familia, quienes tachaban esas animaciones como violentas y pervertidoras. El entonces semanario *Etcétera* dedicó en uno de sus artículos un especial sobre el éxito del *Dragon Ball* en México lo señala como algo impresionante, ya que su transmisión en 1998 alcanzó un *rating* que superó las telenovelas que se transmitían en ese entonces en Televisa, rebazo de

igual manera a todos los partidos de fútbol de esa temporada y destacó entre otros *animes* exitosos de esa década como: *Los súper campeones*, *Caballeros del zodiaco* y *Ranma ½*.

1.7.4. El *anime* en la actualidad

Actualmente, el *anime* que se adquiere en México actualmente se encuentra de diversas maneras, ya sea por televisión abierta, televisión de paga, internet o al comprar series en DVD (pirata u original). Los *animes* que se transmiten en televisión abierta son muy pocos y la mayoría son de corte *kodomo* y llegan a ser considerados series comerciales, es decir que las empresas de comida chatarra y jugueterías comercializan la imagen de las animaciones a través de sus productos.

Durante el 2011, en canal 5, se han transmitido diversos *animes* de corte infantil. Asimismo, se han encontrado animaciones japonesas en horarios nocturnos, después de las dos de la madrugada, en la misma televisora (Televisa) de corte *shojo* y *kodomo* lo cual ha provocado el disgusto del los jóvenes, ya que los horarios no son accesibles para ellos. Asimismo, las animaciones al no ser transmitidas en su totalidad provocan el disgusto del público, quienes buscan otras alternativas para verlas completas. Por su lado, Tv Azteca en los últimos diez años quiso volver a su barra de *anime*, entre el 2005 y 2006, pero duró menos de un año. Sin embargo, transmitieron nuevas temporadas de *Los Caballeros del Zodiaco*.

Las televisoras públicas, como canal 22 y 11, han divulgado series y películas de *animes*. Por una parte, canal 22 considerado un canal cultural, colocó una barra a media noche con series dirigidas al público adolescente y adulto. Dichas series tienen contenido complejo y están en su idioma original con subtítulos. Por su lado, canal 11 ha emitido películas y algunos *animes* dirigidos especialmente al público adolescente e infantil.

El *anime* en la televisión de paga ha sido variado, existió un canal que colocó este tipo de animación las 24 horas llamado *Animax*, que tuvo gran popularidad, sin embargo, a principios del

2011 comenzó a incluir en su programación series y caricaturas estadounidenses hasta desaparecer de su programación la animación japonesa. Asimismo, en otros canales de paga se han colocado barras de *anime*, uno de los primeros fue *Cartoon Network*, quien al igual que *Animax* retiró de su programación series y dejó un par de animaciones de corte *kodomo*.

Otro de los medios por el cual se adquiere *anime*, es el internet por su fácil acceso hacía las animaciones más solicitadas y recientes. Existen páginas especiales en donde se descargan o ven en línea animaciones japonesas que suben los aficionados casi a la par que en Japón, ya sea en su idioma original o subtulado en español³⁵.

Finalmente, otro de los medios que utilizan los *otakus* para la adquisición de *anime* en México, son los DVD, los cuales en su mayoría son piratas. Tres de las posibles justificaciones de comprar animaciones piratas es la poca distribución, el poco apoyo en México y el precio elevado de los productos originales. Así pues, la adquisición del *anime* en México en la actualidad no se limita a la televisión abierta como en un inicio, sino que los jóvenes se han dado a tarea de buscar diversas formas de adquirir dicho producto, dependiendo de sus posibilidades económicas y de fácil acceso.

1.8. Tipos de aficionados al *anime* (*otaku*, *friki* y *akiba-kei*)

En la actualidad existen jóvenes cuya afición gira en torno al *anime*, lo cual ha provocado que se creen grupos que se autonombran de diversas maneras, dependiendo del contexto y de la forma en cómo se perciben o cómo quieren que los demás los perciban. Los jóvenes aficionados no sólo se encuentran en Japón, sino que se ha extendido a diversos países, entre ellos México. A continuación se mencionan algunas de las formas en cómo se llaman los aficionados al *anime*:

³⁵ Las traducciones y los subtítulos corren a cargo de los aficionados, en su mayoría españoles y mexicanos que lo hacen sin ninguna remuneración.

Otaku: Uno de los primeros términos que se utilizó para definir a los aficionados del *anime*, y se sigue utilizando, es *otaku* que proviene del japonés que se divide en: “O” que es una partícula honorífica, y el término “*taku*” que significa casa. David Hernández, en su tesis titulada *El impacto de la animación japonesa en México el papel del discurso mítico en la construcción de identidades ritualizadas en jóvenes de la ciudad de México*, señala que en los años 80 la palabra *otaku* se utilizaba para nombrar a los fotógrafos aficionados. El término se extendió hasta llegar a ser usado como referente de las personas que eran incapaces de socializar y que se obsesionaban con su afición. En la actualidad la palabra *otaku* es considerada un insulto entre los japoneses.

Se han etiquetado a los *otakus* como personas que viven encerradas en su casa, sin empleo y que tienen un mínimo contacto con las personas que no gusten de lo mismo. El término se puede adoptar de forma positiva o negativa según el contexto en el que se emplee, pues en Japón tiene un significado negativo, mientras que México se utiliza para referirse a los jóvenes aficionados que gustan del *anime*, *manga*, música japonesa, videojuegos y la cultura japonesa.

Friki: Es un término que utilizan los jóvenes para definir su afición y el cual se deriva de la palabra en inglés *freak* que literalmente significa “raro”, “extraño”, “anormal” o “diferente”. La palabra *friki* es otro de los términos más utilizados por los jóvenes, quienes se aficianan a algo en particular, no sólo al *anime*, sino también algunos géneros fantásticos o ciencia ficción, películas, videojuegos y/o comics.

Akiba-kei: Otro de los términos para designar a los aficionados del *anime*, según Brigitte Koyoma-Richard en su libro *Mil años de manga*, es la palabra *akiba-kei*, que se utiliza específicamente en Japón, son personas que pasan mucho tiempo en el barrio de Akihabara en Tokio, lugar en donde se encuentra todo tipo de artículos relacionados con el *anime* y el *manga*, así como juegos de video y tecnología. En Japón sustituyeron la palabra *otaku* por *akiba-kei* para

referirse a los fans del *anime*, la tecnología, los videojuegos, el *cosplay*, etc. El barrio de Akihabara se convirtió en un lugar muy popular para jóvenes y adultos. Se tomaron las primeras letras para formar la palabra *akiba-kei*. Dicho término significa literalmente “estilo Akihabara”, y lo utilizan para referirse sin agresión al aficionado del *anime* y la tecnología.

1.8.1. ¿*Otaku* o *friki* en México?

Con la popularidad que adquirió el *anime* los años 90 en México, se comenzó a crear pequeños grupos de aficionados, quienes se reunían en las convenciones de comic, lugar en donde se designaba un pequeño espacio para el *manga* y el *anime*. Estos grupos de aficionados fueron creciendo, lo que tuvo como consecuencia la ampliación de los espacios en las convenciones.

Así, los aficionados comenzaron a adoptar actividades y palabras japonesa, entre ellas *otaku* y poco después *friki*, esta última fue adoptada de Estados Unidos, ya que al principio las convecciones eran alusivas al comic americano por lo que esta palabra se volvió común entre jóvenes. Por otro lado, la palabra *otaku* al ser introducida en el contexto mexicano tomó otro sentido, ya que se utiliza para referirse exclusivamente a los seguidores de la animación japonesa.

Actualmente, los aficionados utilizan las palabras *otaku* o *friki* para definir su afición, pero sólo usan una de ellas. El 45% de los jóvenes que se encuestaron para esta investigación se autonombran *otakus*, por lo que se maneja dicho término para designar a los aficionados del *anime*, sin olvidar que no todos se consideran como tal, ya que el resto de los encuestados prefieren llamarse *frikis* o sólo aficionados.

1.8.2. El *cosplay* como actividad y como forma de vida

Existe una actividad que proviene de la afición por el *anime* y actualmente es uno de los mayores atractivos en las convenciones, que es el juego de disfraces o mejor conocido como *cosplay*, que

consiste en confeccionar un disfraz de algún personaje tanto de *anime*, *manga*, videojuego o película. La actividad del *cosplay* se realiza en convenciones, reuniones o lugares especiales.

El término *cosplay* proviene de la unión de dos palabras, *costume* y *play*, las cuales se podrían interpretar como: “juego de disfraces”, éste consiste en la creación de un disfraz de algún personaje de *anime* o *manga* favorito. La vestimenta, de los que se hacen llamar verdaderos *cosplayers*, es hecha por ellos mismos, utilizan el ingenio para la creación de algunos aditamentos. Sin embargo, no sólo consiste en vestirse del personaje, sino también interpretarlo en su actitud o hasta en su personalidad.

El *cosplay* es una actividad que se originó en Japón en los años 70 en la convención llamada *Comic Market*, un lugar en donde se lee, intercambia y se compran *doujinshis*³⁶, dicha convención, actualmente, es realizada dos veces al año (agosto y diciembre) y es una de las más populares tanto dentro como fuera de Japón. La aceptación de este tipo de actividad ha provocado que sea conocida fuera de Japón y que cientos de aficionados al *anime* la adopten y la integren en sus convenciones, este es el caso de México, el cual introdujo poco a poco el juego de disfraces en sus eventos, provocando gran interés entre los *otakus*.

1.8.2.1. El *cosplay* en México

En México se adoptó la actividad del *cosplay* en las primeras convenciones. Los jóvenes se disfrazan con el fin de interpretar a su personaje favorito y sentirse como ellos por un momento. Otros *cosplayers* concursan para saber cuál es el mejor disfraz e interpretación. Para participar sus disfraces deben de ser hechos por ellos mismos, deben utilizar el ingenio e interpretar al

³⁶ *Doujinshis* son *mangas* hechos por aficionados, con historias originales y parodias de *mangas* conocidos, en otros lugares son conocidos como *fanzines*, muchos autores de *doujinshis* han sido reconocidos por su trabajo y se han convertido en famosos *mangakas*.

personaje tal y como es, algunos montan un *performans*³⁷ individual o en grupal según sea la categoría. La convención llamada TNT realiza uno de los concursos de *cosplay* más importantes en México, el ganador compete con los mejores *cosplayers* del mundo en el evento llamado *World Cosplay Summit*, que es un campeonato mundial que se realiza en Nagoya, Japón.

El *cosplay* es sólo una de las actividades que se han adaptado al contexto mexicano, ya que existen otros elementos que los jóvenes prefieren adquirir, como la moda japonesa, es decir, la vestimenta, la cual esta muchas veces está ligada con el *anime* o es una moda independiente que se convierte en otro estilo de vida.

1.8.3. Moda japonesa en México (*lolitas*)

Como ya se mencionó, existen diversas actividades relacionadas con el *anime* y la cultura japonesa. Algunos fans del *anime* optan por la moda japonesa, como la llamada *lolita*³⁸ o también nombrada *rorita fasshon*. Muchos jóvenes consideran este tipo de moda como una forma de vida, ya que no sólo visten como lolitas, sino que también adoptan su actitud en su vida cotidiana, se comportan como niña o niño, específicamente, con una actitud que refleje ternura e inocencia.

La actividad de las *lolitas* inicia en Japón a finales de los 70 en el barrio de Harajuku. En esta moda no sólo participan mujeres, sino también hombres, llamados *oji*³⁹, quienes usan vestimentas similares a los niños victorianos. Existen diversos estilos de *lolita*, ya sea gótico, elegante, aristócrata, casual, punk, entre otros estilos. Esta moda se está incorporando poco a poco en los jóvenes mexicanos, quienes buscan no sólo incorporar esta moda a su vestimenta, sino que tienden a adoptarlo como un estilo de vida.

³⁷ Es una actuación que muchas veces es improvisada.

³⁸ *Lolita* es una novela del ruso Vladimir Nabokov en 1955, puede ser considerada como una novela erótica. Su argumento gira en torno a una niña, de 12 años, la cual llamaban Lolita de cariño, ella se convierte en la obsesión sexual de su padrastro, quien después se enamora de ella a pesar de su apariencia infantil, pero al mismo tiempo provocadora.

³⁹ Príncipe en japonés

Otro aspecto que es importante mencionar de este estilo de vestimenta es la forma en cómo los jóvenes, principalmente mujeres, reflejan en esta actividad aspectos que llegan a ser vistos en algunos *animés*, ya que algunos personajes a pesar de ser adultos o jóvenes son dibujados un tanto infantiles, ya sea en su actitud o en su vestimenta. Asimismo existen géneros en donde los personajes son niñas cuyas vestimentas son similares a la de la época vitoriana. Es así como los jóvenes no sólo visten como niños, sino que puede llegar a ser una representación de un retroceso a la etapa de la niñez, por lo que se llega a considerar como una forma de expresión.

1.9. Espacios de reunión en México

1.9.1. Las convenciones en México

En México las primeras convenciones comenzaron con los grupos de jóvenes que se reunían en las primeras tiendas especializadas en historietas y comics (en 1992), *Comics S.A.* y *Comicastle* (años después *La casa de la caricatura*). Dichas tiendas eran puntos de reunión para los jóvenes, quienes buscaban espacios en donde pudieran expresarse libremente.

La popularidad del *anime* junto con el comics americanos creó, en 1994, la primera convención en México llamada “La feria de la historieta” que reunió alrededor de 11,000 personas, seguida por “*Con Que*” (duró 8 años de 1994 a 2001) que se realizaba una vez al año durante 3 días, reunieron alrededor de 30,000 aficionados según datos de David Hernández, tras la transmisión del *anime Sailor Moon* se creó otra convención llamada “RocaPoca” organizada por el *Centro de convenciones Gran Forum*, seguida un año después (1996) por La Mole.

La Mole en un principio se inclinaba a los comics y destinaba una pequeña parte al *anime* y al *manga*. Al aumentar el número de aficionados del *anime*, éstos exigían más espacio para ellos, por lo que actualmente predomina el *anime*. Dicha convención fue la primera en introducir actividades japonesas, como concursos de *cosplay* (con el llamado “bailongo”); también fue la

primera en introducir el *karaoke*⁴⁰ al estilo de los bares orientales; se dio gran importancia a los actores de doblaje con el llamado “show de voces”. Actividades que aún se realizan con algunas modificaciones, puesto que se aumentó los productos en relación con el *anime*, en el aspecto comercial. La Mole, actualmente, es una de las convecciones más prestigiadas y con mayor tiempo de existencia, seguida por la llamada “TNT”.

La TNT nació en el 2000, fue fundada por Octavio Carranza, dicho evento comenzó incluyendo gran cantidad de productos japoneses. La TNT es considerada como la primera convención que surge por la gran popularidad del *anime*, reunió la primera vez a más de quince mil personas, según datos de David Hernández, se destaca que en sus inicios dicha convección era promocionada a todo tipo de personas, para poder darle un gran apogeo. Actualmente, se reúnen aproximadamente veinticinco mil jóvenes por evento y se realiza cinco veces al año con cuatro días de duración. Así, las convenciones en México se han convertido en uno de los puntos de reunión más importantes entre los aficionados al *anime*, especialmente en el Distrito Federal con La Mole y la TNT.

1.9.2. Actividades y sitios de reunión para los jóvenes aficionados al *anime* en México

En México existen diversos puntos de reunión para los aficionados al *anime*, que muchas veces son organizados por ellos mismos a través de las redes sociales, en donde planean los lugares en donde se pueden reunir y las cosas que quieren hacer. Los jóvenes crean páginas o *blogs*, en donde informan sobre sus reuniones, realizan picnics, juegos, *cosplay*, *performance* y *karaoke*.

Uno de los sitios de reunión más populares (sin contar las convenciones) es el llamado “Rock show”, localizado en el metro Miguel Hidalgo. Asimismo, en la plaza de la computación se creó un sitio en donde se concentra gran cantidad de locales (dedican cuatro pisos) con

⁴⁰ El *karaoke* es un lugar en donde se canta con base en la letra que aparece en una pantalla y música de fondo

diversos artículos referentes al *anime* y a los videojuegos. Por otro lado, en el Distrito Federal se realizan actividades referentes a Japón, así como deportes, dibujo, baile y tradiciones propias del Japón. Por ejemplo, la asociación México-Japonesa A.C. es un lugar que se encarga de impartir diversos servicios y actividades propias de Japón como la enseñanza de la lengua, deportes⁴¹, ceremonias⁴² y celebraciones japonesas, por ejemplo, el *Kodomo no hi*⁴³ es un festival del día del niño en Japón, que se celebra el 5 de mayo en su país y que en México se lleva a cabo un domingo del mes de mayo.

Así pues, gracias a la unión de los aficionados al *anime* se crearon espacios de reunión hecho por los jóvenes y por empresas, quienes se han encargado de difundir mercancías y actividades propias del Japón y del *anime*. Los jóvenes aficionados no sólo consumen y se integran a los espacios de reunión, sino también realizan actividades que se presentan en dichos eventos, como por ejemplo el *cosplay*, el dibujo o cantar en japonés, al realizar dichas actividades la mayoría de los *otakus* se sienten parte de esos espacios de ocio y adoptan algún tipo de pertenencia al percibirse como un tipo de aficionado a la animación japonesa.

⁴¹ Artes marciales.

⁴² La ceremonia del té y ceremonias de ofrendas.

⁴³ Festival japonés que se realiza cada año, celebra el respeto de los niños y su felicidad, también existe un día de la niña llamado: *Hinamatsuri* que se celebra el 3 de marzo.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

En la actualidad la cultura está ligada a las diversas expresiones simbólicas que marcan la vida cotidiana de la sociedad, sobre todo porque los medios de comunicación se han encargado de difundir aspectos culturales que marcan generaciones, ya que se acopla al contexto en el que viven.

2.1. La cultura y los medios de comunicación actualmente

2.1.1. La concepción de cultura

Antes que nada, se debe de tomar en cuenta que el contexto del concepto de cultura es muy complejo y variado, ya que cada disciplina la sitúa y define según sus experiencias y sus herramientas. El concepto de cultura ha surgido a partir de las diversas ideologías y de las diferentes formas de vivir del hombre, el cual se separa el orden de su naturaleza como ser humano. La creación de nuevas ideologías y formas de vivir hizo que el hombre estableciera maneras de desarrollarse en su entorno junto con otros seres humanos, a través de un seguimiento de reglas que más adelante se conocería como cultura.

Es importante mencionar que a finales del siglo XVIII se introdujo en Alemania la palabra cultura en donde primero se escribía *Cultur* y más tarde *Kultur*. J.B. Thompson, en su libro *Ideología y cultura moderna*, señala que se comenzó a utilizar en francés e inglés el término cultura como un sinónimo de civilización, refiriéndose principalmente al desarrollo humano, sin embargo, en alemán se utilizaron dos términos, que se contraponían, de manera negativa *Zivilisation* y de forma positiva *Kultur*, la primera se relacionaba con la cortesía y los modales, mientras que la segunda hace referencia a los productos culturales, intelectuales y artísticos.

La *intelligentsia*⁴⁴ alemana, según Thompson, utilizaba el término *Kultur* para expresar y realzar los logros de las clases altas. En Francia existía también la *intelligentsia*, la cual se utilizaba para distinguir a los intelectuales, como Voltaire y Diderot, quienes pertenecían a la corte de París, mientras que la *intelligentsia* alemana que eran integrados por lo que precisamente eran excluidos de la vida cortesana, por lo que buscaron una manera de desarrollarse en ámbitos como la academia, la ciencia, la filosofía y el arte, es decir, el ámbito de la *Kultur*.

Debido a la diversidad de pensamientos que existen en torno a la cultura, se tomaron en cuenta los conceptos más actuales de tres autores que se aproximan a las perspectivas de la presente tesis. En primer lugar, se encuentra el sociólogo Clifford Geertz, quien es citado en el libro *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, en donde presenta a la cultura como un elemento fundamental en la vida de la sociedad. Geertz considera a la cultura como una “telaraña de significados”. Es decir, que la cultura está conformada por diversos elementos que adquieren valores representativos que se unen entre sí. Sin embargo, no todos los significados se pueden denominar como culturales, sólo algunos en particular debido a sus referentes y al contexto que tenga cada uno.

En segundo lugar, Rodríguez Pastoriza señala que la cultura une elementos del contexto al que pertenece, en la actualidad los medios de comunicación se han encargado de transmitirla, Rodríguez menciona que:

Hoy la cultura se entiende como todo el conjunto de conocimientos e instrumentos acumulados por el hombre en su historia, incluyendo los objetos y los códigos sociales, los gustos y las ideas, siempre en movimiento y en evolución. Este dinamismo convierte a la cultura actual en una realidad compleja. En este sentido, la

⁴⁴ *Intelligentsia* se concebía a partir de los logros intelectuales y artísticos, se formaba en un principio de las clases altas, y trataban de refinar los modales e imitar a los franceses. Prf. (Thompson 187)

cultura es todo lo que refiere a las formas no biológicas de la adaptación de una sociedad a su ambiente. (Rodríguez 2003: 15)

En otras palabras, la cultura en la actualidad es la unión de los conocimientos que el hombre acumula por medio de su historia, de los objetos, de los códigos sociales, de sus gustos y las ideologías que siempre están en constante cambio, por lo cual es complejo. Así, la cultura también es la autorregulación del hombre en su entorno como un ser social.

Por último, Miquel Rodrigo Alsina, en su libro *Comunicación intercultural*, menciona que el hombre es un ser cultural, y a la vez la cultura es una construcción del hombre. Cada persona que crece en una sociedad ya establecida, adopta la forma de vivir y de comportarse que están establecidas, pero a la vez integran una esencia propia en cada generación. Esto puede llegar a ser contradictorio, sin embargo, se debe de tomar en cuenta que la cultura es cambiante y dinámica. Por tal motivo, algunos de los aspectos en la cultura prevalecen, otros cambian y algunas más desaparecen.

Es así como la cultura se construye por la interacción constante de los seres humanos, quienes siempre están en constante cambio, ejemplo de esto, es el lenguaje que ha ido cambiando a lo largo del tiempo con las nuevas tecnologías e ideologías, que ha transformado el sentido original del lenguaje. Es importante mencionar que la concepción que cada persona o disciplina tiene de “cultura” es diferente y esto depende del contexto en el que se desarrolle, pero esto no significa que una sea mejor que otra, sino que cada una es importante sin desmerecer a las otras.

Como se mencionó, cada autor presenta su perspectiva acerca de la cultura, pero se debe destacar que se asimilan en un punto, el cual señala que la cultura y el hombre dependen el uno del otro, ya que mientras la primera es una creación del hombre, éste último depende de la cultura para poder desarrollarse en su sociedad. Sin embargo, la concepción que se eligió para la presente investigación es la de Miquel Rodrigo Alsina, el cual agrega que: “La cultura debe su existencia y

su permanencia a la comunicación, así que podríamos considerar que es en la interacción comunicativa entre las personas donde, preferentemente, la cultura se manifiesta” (Miquel 1999:67). Es decir, la cultura se debe en gran medida a la comunicación, la cual a su vez sirve como conexión entre el hombre y su entorno.

2.1.2. Los medios de comunicación actualmente (Televisión e internet)

En lo que concierne a los medios de comunicación, éstos llegan a ser considerados, por muchos, como parte de las tecnologías y del proceso de producción, según lo mencionado por Thompson, sin embargo, transmiten diversas formas simbólicas que son dirigidas a público de todo tipo. Dos de los medios más importantes es la televisión y el internet, los cuales tienen como una de sus funciones transmitir diversos tipos de mensajes, en donde se encuentran ideologías y aspectos culturales. La difusión de la cultura se debe en gran medida a la comunicación al crear una interacción entre las personas. Para ampliar la idea de Thompson, Wright habla sobre los medios y la forma en cómo se tramiten los mensajes:

La comunicación de masas -tal y como es estudiada en este trabajo- no es un simple sinónimo de comunicación por medio de la radio, la televisión o alguna otra técnica moderna. Si bien la tecnología moderna es esencial para este proceso, su presencia no siempre significa comunicación de masas. La teledifusión de una convención política es comunicación de masas; pero la transmisión de televisión en circuito cerrado, por medio de la cual un ingeniero dirige las operaciones de una línea de montaje industrial, no lo es. Tomando un ejemplo más mundano, un film de Hollywood es comunicación de masas, una película con escenas de las vacaciones familiares no lo es. (Wright 1969: 9)

Como se ha dicho, los *mass media* no es sinónimo de comunicación por medio de la tecnología, ya que el objetivo es llegar grandes cantidades de audiencia, por ejemplo, cuando se transmite una telenovela o un noticiero a través de la televisión o la radio es con el fin de ser vista

o escuchada por grandes cantidades de personas, ese sería uno de los objetivos más importantes de dichos medios. Si un video casero es realizado por un aficionado para ser mostrado a sus algunos amigos, esto no se podría considerar como parte de la comunicación de masas, ya que su objetivo son pequeños grupos de espectadores, pero algunos medios como el internet que es capaz de difundir un video a grandes cantidades de personas, quienes pueden ver a este producto sólo como un medio de entretenimiento, pero no como un producto de los medios de comunicación. Se puede decir que el objetivo de los medios de comunicación es captar la atención de grandes cantidades de espectadores por medio de sus productos mediáticos, así como difundir y transmitir mensajes de todo tipo a las masas.

Aun si los medios de comunicación no son sinónimo de tecnología, ésta última ha sido de utilidad para permitir que el público tenga más acercamiento a ellos y al mismo tiempo una nueva manera de percibir y construir la información. Así, dos de los medios de difusión más importantes, actualmente, es la televisión y el internet.

La televisión y su influencia

La televisión se puede considerar como uno de los principales medios para divulgar la realidad y la cultura en la actualidad, puesto que mezcla la acción verbal y la acción visual que sustentan el discurso que se difunde. Parte importante de la televisión es la tecnología, ya que se ha encargado de crear nuevos medios para la trasmisión de programas por los sistemas de cable, lo cual provoca más acceso ellos y más consumo de la industria de los medios.

En opinión de Guillermo Orozco Gómez, la televisión divulga diversos tipos de realidades, puesto que los medios de comunicación actuales no sólo difunden información, sino

que propician experiencias. En una entrevista realizada a Orozco, en Red ICOD⁴⁵, da su opinión acerca de su experiencia con los medios: “Lo que buscamos y nuestra manera de interactuar con un medio, no es para buscar información sino simplemente para tener una experiencia, una sensación de emoción, de compañía, de excitación y una vez que nos desenchufamos del contacto se acaba la experiencia” (ICOD), la audiencia no sólo averigua información de los medios, sino de alguna manera busca refugiarse en ellos al querer tener una experiencia o compañía, pero está consciente que al apagar la televisión esa relación o compañía termina.

Por consiguiente la televisión es un instrumento que se ha encargado de presentar ideologías que ellos mismos han creado y se han encargado de difundir. El sustento de imágenes junto con palabras han logrado dar una cierta credibilidad entre la audiencia, quienes recibe los mensajes y muchas veces se dejan influir por ellos, ya que se basan principalmente en lo que ven y en la forma en cómo se les presenta los mensajes o los discursos.

El internet actualmente

Por otro lado, el internet es un medio de suma importancia en la actualidad, y su contexto gira en torno a la informática como parte de las investigaciones de las universidades de Estados Unidos, según Patrice Flichy en su libro *Lo imaginario del internet*, el internet comienza en 1994 como un proyecto que podía sustituir a la llamada “autopista de la información”.

En lo que concierne al internet como un medio de comunicación, se encuentra la manera en cómo pasó de ser una herramienta de la informática a un medio de difusión: primero se halla que formaba parte de sectores específicos de investigación que lo utilizaban exclusivamente para el intercambio de información y cálculos matemáticos; después se encuentra que fue abierto para

⁴⁵ Red Iberoamericana de Comunicación Digital (Red ICOD), es una comunidad encargada de elaborar propuestas concretas que aceleran la adaptación de las carreras de comunicación a la nueva realidad digital. (Más detalles en la página oficial de Red ICOD: <http://www.icod.ubi.pt/home.html>)

ser utilizado por las masas, quienes fueron cambiando poco a poco la función y la utilidad del internet hasta volverlo parte de los medios de comunicación, dado que no sólo se puede intercambiar información a largas distancias, sino también es un medio de expresión, información, entretenimiento y de comercio.

Una de las herramientas del internet es la realidad virtual, que según Flichy, es una especie de juego entre lo virtual y lo real que no sólo se desarrolla a través de los diálogos de máquina y hombre, sino que también entre las personas, quienes utilizan el internet para interactuar virtualmente. Además, una de las funciones del internet, como ya se mencionó, es el entretenimiento, puesto que las personas pueden acceder fácilmente a la música, a las películas y a las series las cuales comúnmente no pueden ver o adquirir fácilmente, pues muchas de ellas son restringidas por los derechos de autor o por falta de patrocinadores en países como México.

2.1.3. Los medios de comunicación y la cultura

Cada día se presenta ante la audiencia un flujo constante de palabras e imágenes que muchas veces están fuera del alcance inmediato. Mucha de las imágenes que se encuentran en las pantallas se convierte en un punto de referencia común para la audiencia, quien muchas veces lo decodifica y acepta convirtiéndolo en parte de su cultura. Como ya se mencionó, y ampliando la idea, existe una amplia relación entre cultura y los medios, sobre todo en la actualidad, puesto que los *mass media* se encargan de propagar a la sociedad, Rodríguez señala que:

Cada cultura nace en el interior de otra cultura que ya existe en sedimentación e interacciona con ella de modo que la influye y trasforma. Este es también el proceso de construcción de la cultura de masas. En las sociedades modernas, la cultura está muy condicionada por la comunicación; los *mass media* potencian al menos, la presencia de la cultura, pero además aportan un nuevo fenómeno, el de la cultura mediática. El hecho de que cualquier consideración sobre los medios suponga

también un hecho cultural trasciende el concepto de medios de comunicación como meros instrumentos de propagación de contenidos culturales y los transforma en productores de cultura. (Rodríguez 2003:17)

En otras palabras, la cultura cambia en el momento en el que tiene relación con otra, influye en ella y la transforma. En la actualidad la cultura está en constante relación con los medios de comunicación, puesto que estos aportan nuevos elementos en ella y forman la cultura mediática. Se podría considerar a los medios como un instrumento para propagar contenidos culturales, es decir, se convierten en productores de la cultura.

Se puede decir que la cultura es un proceso global en donde los significados se construyen grupalmente. En este proceso de construcción se involucran las artes, la literatura, las ideologías y la vida cotidiana de las personas, dichas experiencias en la actualidad no pueden desarrollarse fuera de los medios de comunicación, pues son ellos los encargados de difundirla a la sociedad la información. Ahora bien hay que recordar que el internet se ha convertido en un espacio en donde el mismo público llega a distribuir su propia opinión, así como información y en dónde ellos pueden obtener más de una opinión y tiene como consecuencia un lazo que los une ampliamente con los medios, no sólo como expectores, sino como participantes en la difusión de información.

2.2.3. La verosimilitud en los medios de comunicación

Entre los medios de comunicación y la audiencia se encuentra un aspecto se suma importancia, que al igual que la cultura se transmiten y son asimiladas, pero al mismo tiempo todo se convierte en una especie de red que hace que todo se ligue entre sí, en este caso se habla de la verosimilitud o credibilidad de la “realidad” que es transmitida por los medios. Jean Baudrillard comenta que “La realidad es pura construcción. Con la televisión ya no hay diferencia entre lo virtual y lo real” este comentario da pie para dar entendimiento a cómo los medios se han encargado de

difundir un supuesto de la “realidad” que ellos mismos crean y que las personas sólo hacen una interpretación del contenido, ya que muchas veces las imágenes, en el caso de la televisión, son una representación de los hechos que son apoyados con diálogos.

Asimismo, el libro *Comunicación para principiantes*, señala que las imágenes de la televisión produce un efecto de realidad y al mismo tiempo de legitimación, por ejemplo, las noticias construyen una sensación de formalidad y objetividad. La forma en cómo percibe la audiencia los mensajes depende en gran medida a su formación como ser social que es instruida por los mismos medios o por las instituciones, incluidos la familia y la escuela.

Una de las teorías que se encuentran sobre los medios de comunicación es la llamada Agenda-setting, ésta señala que los medios no dicen a la gente cómo pensar, sino qué temas deben de pensar. Es decir, que los medios presentan un repertorio temático dirigido a la sociedad y ellos se eligen a partir de ese repertorio temático. Asimismo, los medios establecen una jerarquía en los temas que presentan, en este caso, como señala Raymond Williams la hegemonía predomina entre las temáticas, que son retomados como legítimos y actúan al construir identidades y valores en la sociedad que permite que algunas sociedades predominen.

Hay que tener en cuenta que el contenido de los medios de comunicación no siempre es el mismo, esto dependerá del público o la finalidad que tenga el producto, por lo que se pueden presentar temáticas que tienen la finalidad de entretener, como por ejemplo el género fantástico, que muestra una representación de la realidad sólo tiene sentido y lógica en las historias que se dan a conocer.

2.2. Lo fantástico

Uno de los géneros más usados en los diversos medios de entretenimiento es el fantástico, es utilizado por los escritores para presentar en sus relatos una propuesta sobre sus mundos y la

representación de una realidad alterna, asimismo, el lector ejerce su derecho de rechazar o aceptar las propuestas que le hace el escritor.

Italo Calvino, en su libro *Cuentos fantásticos del XIX*, señala que en el siglo XVIII en Francia, existieron dos herencias que marcaron e influyeron en su estilo al cuento fantástico: “el cuento maravilloso” y “el cuento filosófico”. Por un lado, el cuento maravilloso⁴⁶ tiene como ejemplo representativo a *Las mil y una noches*, que es una recopilación de cuentos árabes del siglo XIV, aproximadamente; y por otro lado, está el cuento filosófico que se caracteriza por tener un estilo lineal y directo. Fue durante el siglo XIX cuando nace el cuento fantástico con el Romanticismo⁴⁷ alemán.

Es así como, en Alemania nace el cuento fantástico como parte del idealismo filosófico, “[...] con la declarada intención de representar la realidad del mundo interior, subjetivo, de la mente, de la imaginación, dándole una dignidad igual o mayor que a la del mundo de la objetividad y de los sentidos.”(Calvino 2001:11). En otras palabras, el cuento fantástico pretende plasmar parte de la realidad del mundo interior de cada escritor, al presentar historias con elementos imaginarios que se unen con aspectos que el lector percibe como reales al utilizar los sentidos. Por otro lado, se puede decir que el género fantástico no sólo se centra en el tratamiento de la palabra, sino más que nada en el seguimiento de un escenario complejo e insólito.

Así pues, el reconocimiento de elementos increíbles en una historia muchas veces se liga con temas que el ser humano conoce por medio de las vivencias, es decir, la realidad interior la cual se encuentra en los pensamientos que sólo él conoce y reconoce.

⁴⁶ Flora Botton menciona que el cuento maravilloso plasma hechos que no se pueden explicar a través de las leyes del mundo conocido por las personas.

⁴⁷ El Romanticismo es un movimiento cultural y político en donde se ve involucrado Alemania y Reino Unido a finales del siglo XVIII. Este movimiento refleja una reacción contra el racionalismo de la Ilustración, manteniendo como prioridad los sentimientos.

Una de las características del Romanticismo es la libertad de creación, la importancia de los sentimientos, la imaginación, la fantasía, entre otras. (Rabkin / Scholes 1982: 17)

2.2.1. Tres características del género fantástico

En el cuento fantástico se pueden encontrar diversos tipos de relatos, como terror, ciencia ficción o cuentos de origen mitológico. Existen diversos autores que hablan sobre el género fantástico, sin embargo, el autor que se acopla a lo requerido en la investigación es Tzvetan Todorov, quien en su libro *Introducción a la literatura fantástica*, señala tres características que constituyen el cuento fantástico que son: lo maravillo, lo extraordinario y lo fantástico.

Primeramente, Todorov menciona que “lo maravilloso” se refiere a los hechos extraños que no se pueden explicar con las leyes establecidas por el hombre, sino por leyes desconocidas para el mundo real. Todo lo que no explica la lógica pertenece a lo que Todorov nombra “mundo maravilloso”. En este tipo de mundo se pueden encontrar los cuentos de hadas o los relatos folklóricos, en donde intervienen dragones, duendes, brujas y/o hechiceros.

Después, “lo extraordinario” se refiere a los fenómenos extraños que son explicados mediante leyes del mundo conocido⁴⁸. Es decir, los sucesos que se desarrollan en un ambiente desconocido junto con elementos difíciles de explicar, pero que tienen una lógica en el mundo maravilloso. Así al final de la historia o relato los misterios o las incógnitas son esclarecidos por medio de una explicación lógica, dentro de la historia, que muchas veces dicha lógica puede llegar a ser más increíble de creer.

Así pues, se debe de tomar en cuenta que lo fantástico tiene una relación entre lo real y lo imaginario, de la misma manera que lo maravilloso y lo extraordinario están ligados entre sí, todo esto lleva a la construcción de lo fantástico. Todorov señala a “lo fantástico” para referirse a los fenómenos insólitos que no se explican mediante las leyes del mundo conocido, ni por medio del

⁴⁸ “El mundo conocido” es visto por Todorov como el mundo que las personas perciben o conocen por medio de las experiencias y sentidos, en donde todo se rige con la lógica y lo comprobable.

“mundo maravilloso”. No se da una explicación clara por parte de los dos mundos, a dicho fenómeno se le da probabilidad de la duda, ya que está en los límites de los dos mundos.

En conclusión, estas tres características dan una pequeña muestra de la forma en cómo se construye una historia del género fantástico, lo cual sirve como un aspecto de suma importancia dentro de la presente tesis al relacionar dichas características con la forma en cómo se percibe el *anime*. Otro de los medios a utilizar, en relación a lo fantástico y al análisis de las animaciones seleccionadas para la presente tesis, es la clasificación que Vladimir Propp utiliza para distinguir las diversas funciones de las cosas y de los personajes que participan en un cuento fantástico.

2.2.2. Una breve mención a la *Morfología del cuento* de Vladimir Propp

Vladimir Propp, en su libro *Morfología del cuento*, se percató que en el cuento fantástico se repetían situaciones o funciones similares, por lo que clasifica el papel que juega cada elemento, situación y personajes en las historias fantásticas. Así, Propp hace una serie de 31 puntos recurrentes en los cuentos de hadas. Las clasificaciones que realiza el autor ayudan sólo como referencia para presente investigación, puesto que se encontraron algunas clasificaciones similares en los *animés* que se analizaron en el Capítulo 3.

Hay que destacar que Propp realizó un estudio a los cuentos populares, específicamente del género fantástico, en donde se muestra que todos los cuentos del mismo género cumplen con una misma estructura, por lo que realizó cuadros, esquemas y análisis a diversos cuentos populares del género fantástico.

En otras palabras, Propp se percató que algunos de los cuentos populares cumplían con una cierta estructura en su trama y en sus personajes, con lo cual pudo implantar una serie de clasificaciones con base en la función de cada personaje (ya sea héroe, antagonista o personajes secundarios), así como la función de los objetos mágicos y de las situaciones o acciones que se

llevan a cabo en la historia. Dichas funciones son identificadas por medio de símbolos, letras y números, que sirven para identificar fácilmente las funciones de los personajes dentro de un análisis detallado de los cuentos. Propp llega a la conclusión que en los cuentos se realizan acciones idénticas con personajes bajo tramas diferentes, por lo que sus estudios se basan en las acciones de los personajes, la función de algunos objetos y situaciones dentro de la historia.

2.3. La identidad y los jóvenes

Parte primordial de la presente tesis son los jóvenes, por lo que es importante señalar la manera en cómo clasifica la sociedad a dichos individuos como tal. Cada país marca su límite de juventud dependiendo de su contexto; de acuerdo a La Asamblea General de las Naciones Unidas se considera joven a personas entre 15 a 24 años de edad. Dicho rango fue establecido en el año Internacional de la Juventud, celebrado alrededor del mundo en 1985.

En la categoría de juventud se encuentra a los jóvenes adolescentes entre 13 y 19 años, y los adultos jóvenes entre 20 a 24 años, se divide de esa manera por situaciones sociológicas o psicológicas que suceden en ese lapso de tiempo, lo anterior se puede confrontar en la página oficial⁴⁹ de la Asamblea General de las Naciones Unidas. Esto representa una medida para que cada nación establezca una definición propia. En México, específicamente en el Distrito Federal, la etapa de la juventud es a partir de los 14 a los 29 años, según datos proporcionados por el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ).

En la etapa de la juventud se construye la madurez del ser humano por medio de las experiencias obtenidas. Aguilar Medina José Í. y Molinari María Sara, en su libro *Adolescencia, Identidad y cultura*, mencionan que en la juventud se ejecutan acciones que determinan el tipo de

⁴⁹ <http://www.un.org/esa/socdev/unyin/spanish/qanda.htm> ver página oficial de Asamblea General de las Naciones Unidas

adulto que se van a ser y dicha etapa termina aproximadamente a los 30 años, pero en cada individuo es diferente, puesto que influye tanto las vivencias como el entorno.

2.3.1. Los jóvenes como parte de la sociedad

La sociedad es una parte casi inseparable para cada individuo, por lo que todo lo que concierna y modifique las ideologías o las estructuras de dichas sociedades llama la atención de investigadores que tratan de entender el comportamiento de las personas. Asimismo, el inicio de la juventud como una etapa surgió en el siglo XIX con el interés de estudiar a la adolescencia. Fue así como surgió en la sociedad una demanda de un nuevo análisis que investigara sobre la situación que implicaba a los individuos que no eran considerados por la sociedad como adultos.

Stanley Hall, psicólogo estadounidense, realiza investigaciones sobre los jóvenes y su situación que ocupan en el universo como una fase del desarrollo humano, en dónde se manifiestan las necesidades, la dependencia, la crisis y conflictos que presentan durante su inserción en la sociedad. Hall y Jefferson señalan que la categoría y el contexto de “juventud” surgieron en Gran Bretaña a principios del siglo XX, ya que se convirtió en punto de atención en la sociedad. Según algunos autores de la revista *Informe Juventud* en España la “juventud” es parte de la formación de individuos sociales, aunque no siempre sean parte de un estatus que lo haga diferente de los demás.

Cabe observar que una de las cosas que buscan los jóvenes es el sentirse diferente a los demás, por lo que siempre están constante búsqueda de algo que los identifique y diferencie, pero que al mismo tiempo los integre en la misma sociedad o grupos, gran parte de esto lo logran al construir su identidad.

2.3.2. La construcción de la identidad en los jóvenes

Con respecto a la identidad, ésta es una parte fundamental de todo ser humano y se construyendo a lo largo de su vida, especialmente los primeros años de la niñez y de la adolescencia, ya que se toma forma desde el nacimiento, junto con algunos hechos y experiencias básicas. A partir de las primeras experiencias, las personas construyen una imagen de cómo se quieren dar a conocer ante ellos mismos y ante los demás. La identidad es parte fundamental de la forma de vivir de la sociedad, la cual no existiría sin una identidad. Tanto García Canclini y Gilberto Giménez son dos de los autores que se tomaron en cuenta, ya que hablan sobre elementos que influyen en la construcción de la identidad.

Asimismo, la identidad es fundamental en el ser humano, pues se edifica a partir del contexto y de las experiencias que suceden a lo largo de la niñez y de la juventud. Por otro lado, el refugio existencial es parte de la construcción de la identidad, para García Canclini N.: “La identidad se construye a partir de dos factores, entre muchos otros, que son: la apropiación de un territorio y la independencia” (Nateras 2002: 44). Es decir, la identidad se construye bajo dos factores, por un lado, se encuentra la apropiación del territorio, esto no es precisamente la apropiación de algo material, sino más bien de un territorio simbólico, que se representa por el entorno de la sociedad, como el ámbito laboral, escolar o familiar; por otro lado, se encuentra la apropiación de la independencia, la cual se refiere a una “praxis divergente”⁵⁰, en otras palabras, ser libre de elegir lo que mejor les parezca, por ejemplo, ser libre de adoptar el grupo al que quieran pertenecer.

Hay que hacer notar que los jóvenes buscan un estilo propio o que adoptan uno ya redefinido, también se encuentran en busca de su identidad que complete parte de lo que ellos

⁵⁰ Brito, en el libro de Nateras, menciona que la “praxis divergente” contiene comportamientos sociales y culturales comportamientos que dan sentido de pertenencia a un grupo, a una colectividad o a una generación. (Nateras 2002: 44)

quieren ser y cómo quieren ser vistos en su entorno, esto llega a ser también parte de la construcción de la cultura. Gilberto Giménez señala que la identidad no puede separarse de la cultura, ya que sólo pueden ser construidas bajo las diversas culturas existentes y subculturas en las que participan, en otras palabras, la unión entre cultura e identidad es inseparable, puesto que a partir de las diferentes situaciones en las que vive el ser humano así como sus valores, tradiciones, forma de vivir y entorno social, es así como construye y redefine su identidad.

Sin duda, la identidad se construye con base en las experiencias y al entorno en el que se desarrolla una persona, pero si a esto se toma en cuenta que en la actualidad existen medios que han podido sustituir la interacción cara a cara y la utilización de algunos sentidos. Dichos medios se refieren a los medios de comunicación que con el paso de los años han creado nuevas formas de interacción y de información.

2.3.3. Los jóvenes y los medios de comunicación

En la actualidad los medios de comunicación se han encargado de crear nuevas formas de comunicación. Feixa indica que los niños y los jóvenes son los sectores más vulnerables ante las nuevas tecnologías y vías de comunicación, en este caso la televisión y el internet que han llegado a ser parte de la vida cotidiana.

Los medios de comunicación, por ejemplo, crean productos con temáticas entretenidas y atractivos visualmente, lo cual llama la atención del público, sobre todo de jóvenes y niños, quienes asumen lo que ven, y algunas veces tratan de imitar, ya sea una moda o una actitud de actores, cantantes o personajes animados.

El internet, como señala Fernando Vilchis, es otro de los medios más importantes para los jóvenes en la actualidad, ya que ha ido desplazando poco a poco los medios tradicionales (radio, televisión y prensa), sobre todo por las redes sociales que se han convertido en un aspecto de

suma importancia entre los jóvenes, puesto que interactúan con personas de todo el mundo, aunque no se conozcan personalmente, perdiendo gran parte de la interacción cara a cara. De la misma manera el internet es utilizado como una herramienta para conseguir todo tipo de información y entretenimiento, como la música, video, series, etc.

Por consiguiente, los jóvenes encuentran en los medios de comunicación un aspecto de suma importancia para su desarrollo como individuos y en muchos casos para la interacción, aun si no es cara a cara, asimismo, encuentra un medio por el cual tienen al alcance un sinnfn de contenido que les permite, en algunos casos, ser parte de un grupo.

2.3.4. Las culturas juveniles

Al respecto de las culturas juveniles Carles Feixa indica que son el conjunto de formas de vida y valores, que son expresados por grupos o colectivos que pertenecen a diferentes generaciones y que son resultado de la social y de lo material. Feixa agrega que las culturas juveniles están conformadas por las formas de vida y valores construidos con base en grupos de jóvenes. Feixa menciona que:

Los jóvenes no acostumbran a identificarse con un mismo estilo, sino que reciben influencias de varios y a menudo construyen un estilo propio. Todo ello depende de los gustos estéticos y musicales, pero también de los grupos primarios con quienes el joven se relaciona. (Feixa 1998: 62)

En otras palabras, los jóvenes al querer construirse como alguien diferente adoptan los diversos estilos que se les ofrece y muchas veces forman un estilo propio, todo dependerá de su entorno (amigos, compañeros o familia) y de sus gustos (música, el dibujo, la pintura, o los medios).

Uno de los factores más importantes en las culturas juveniles, señala Feixa, es la llamada “generación”, puesto que se une la biografía, estructura e historia que conforma la identidad de un grupo, los cuales son colocados en un mismo tiempo histórico. Asimismo, en la juventud es fundamental el proceso de socialización, puesto que los jóvenes comparten entre ellos experiencias similares. Algunos grupos de jóvenes llegan a crear acontecimientos que llegan a prevalecer a lo largo de los años, ya que integran ideales y estilos que tal vez sean retomados y modificados, de alguna manera, por las nuevas generaciones.

Para Carles Feixa uno de los elementos que forma parte de las culturas juveniles son las prácticas sociales que los jóvenes manifiestan fuera de sus rutinas dentro de las instituciones. Es decir que los jóvenes se manifiestan y expresan libremente en los espacios que están fuera del alcance de sus autoridades más próximas.

2.3.5. Los jóvenes, su lenguaje y sus espacios de ocio

El lenguaje y los espacios de ocio son una forma de expresión y manifestación de los jóvenes, los cuales toman lo que tienen a la mano con lo cual surge una apropiación. Según Feixa, la expresión oral de los jóvenes toma prestados elementos ya establecidos o los crean ellos mismos, es decir, las palabras, frases hechas, entonaciones, adaptaciones, etc. Por ejemplo, los jóvenes *otakus* adoptan o imitan el lenguaje del *anime* así como las entonaciones o frases de los personajes, incorporándolos en su estilo de vida.

Por lo tanto, como señala Feixa, los espacios de ocio son más concurridos por los jóvenes que por los adultos, ya que se sienten libres de expresarse fuera del ámbito del adultos y de las instituciones, sin embargo, la industria del consumo juvenil se ha encargado de explotar los espacios de ocio al crear necesidades y modas esporádicas. Muchas veces los espacios de ocio significan el consumo y la dominación a los jóvenes, sin embargo, también es un aspecto de suma

importancia para los jóvenes, en donde ellos muchas veces tratan de escapar de la cultura dominante y les permite la convivencia entre otros jóvenes en grupo en donde todos tienen los mismos gustos e ideas. Feixa señala que en el ocio los jóvenes cambian el sentido original de las mercancías, dando un nuevo significado a lo que adquieren, pero al mismo tiempo entran en el ámbito del consumo, lo cual puede escucharse contradictorio, sin embargo, el sentido original de los productos es cambiado por la mayoría de los jóvenes.

2.4. Las industrias culturales

La mercantilización de elementos tan comunes como los espacios de ocio, trae a flote pensar la manera en cómo inició la explotación de objetos únicos como las obras de arte, lo cual hace referencia a las industrias culturales que ha comercializado desde el arte, hasta la industria del espectáculo. Thompson señala, en su libro *Ideologías y cultura moderna*, que la Escuela de Frankfurt dedica parte de sus estudios a las características que hacen diferente y original a la naturaleza, así como el lugar que tiene la forma de pensar de las sociedades modernas.

Dos de los teóricos más sobresalientes de la Escuela de Frankfurt son Theodor Adorno y Max Horkheimer, quienes usan la expresión “industria cultural” para referirse a la comercialización de las formas culturales fabricadas por la industria del espectáculo en Estados Unidos a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX. Asimismo, las industrias culturales basa parte de su investigación en la comercialización de las obra de arte, en donde éstas pierden parte de sus valor original al ser reproducidas, pero gran parte de dicha degradación del valor recae en las copias.

Así pues, se puede considerar a las industrias culturales como la reproducción de las obras de arte. Además, Adorno y Horkheimer señalan que las obras de arte que eran admiradas y vistas por su carácter estético, sin embargo, esto cambia al obtener el objeto, puesto que se le da un

valor de adquisición y son presentadas al consumidor como mercancías. Por otro lado, Thompson menciona que “la mayor parte de los productos de la industria cultural ya no fingen ser obras de arte. En su mayoría son constructos simbólicos que se moldean con ciertas fórmulas preestablecidas y se impregnan de escenografías, personajes y temas estereotipados” (Thompson 2002:149). En otras palabras, una gran cantidad de mercancías de las industrias culturales ya no fungen como obras de arte, puesto que gran parte de los productos se basan y se moldean para ajustarse a las “necesidades” de los consumidores.

De la misma manera los productos de las industrias culturales, como señala Thompson, llegan a presentarse como parte de un reflejo directo de la realidad práctica, en virtud de una supuesta realidad. Las mercancías de la industria cultural se amoldan y reflejan una realidad social, ya que el proceso de consumir induce a los individuos a identificarse con las normas sociales.

Los bienes producidos por la industria de la cultura no están determinados por sus características intrínsecas como formas artísticas, sino por la lógica corporativa de la producción e intercambio de mercancías. En consecuencia, los bienes se uniforman y estereotipan, y se convierten en meras permutaciones de géneros o tipos básicos; la película del oeste, de misterio, la serie de televisión. (Thompson 2002:148)

Como se ha dicho, las mercancías hechas por las industrias culturales no sólo están establecidas por las formas artísticas de las obras de arte, sino por la lógica de hacer e intercambiar productos. Puede decirse que las mercancías toman una línea que siguen y son estereotipadas, convirtiéndose en representantes de un género o de un estilo, como en el caso de una serie de terror, una película policiaca o una animación romántica.

En relación a lo antes dicho se puede considerar a las industrias culturales como la mercantilización de las formas culturales, dicho de otra manera, tanto la mercantilización del

arte como la industria del espectáculo hacían referencia a las industrias culturales, sin embargo, el objetivo de las entidades capitalistas se enfoca en la ganancia. No obstante, al adquirir un bien cultural y a pesar de que no tenga un valor único original, se crea un nuevo valor que las mismas personas proporcionan. Las grandes industrias crean bienes culturales, que se basan en estándares de consumo y crean una necesidad en un producto “creativo” o “novedoso” que es colocado en el mercado.

2.4.1. La creatividad como parte de las industrias culturales

Como se ha dicho en el apartado anterior, parte importante para que una obra, producto o medio se comercialice es la demanda, la cual muchas veces se basa en lo atractivo del producto, así como la novedad del mismo, según Carlos A. Campitelli en su publicación *Una aproximación a la creatividad*, al decir novedad, ésta se remite en el diccionario como algo en “calidad de nuevo” y que a su vez es considerado como diferente, en pocas palabras, la novedad es algo que no ha existido con anterioridad, sin embargo, se debe delimitar esta concepción en el análisis de la presente tesis, ya que muchos asimilarían que cualquier objeto nunca antes visto es parte de la novedad, por lo que se remitirá dicho concepto a los productos creados por el hombre. Es decir, lo que no es creación de la naturaleza es resultado del hombre. Así, la novedad es considerada como parte esencial de la creatividad que se encuentra en los productos. Por otra parte, la creatividad expresa las necesidades de trascender y dar a conocer algo novedoso. Los seres humanos son capaces de crear y toman lo que tienen a la mano para transformarlo, según la situación en la que se encuentren.

Por consiguiente, se considera a la creatividad como un factor de suma importancia en los productos de las industrias culturales, sobre todo hoy en día, con los avances de la tecnología y la forma de vida de las personas. Ernesto Piedras y Néstor Gracia Canclini, en su libro *Las*

Industrias culturales y el desarrollo de México, mencionan que una de las partes esenciales de las industrias culturales es la creatividad, que es considerada como un insumo, ya que se da un valor económico-cultural, lo cual crea la concepción o la idea dando paso a la producción, distribución comercial o entrada al mercado, esto genera un consumo, o como Piedras lo llama: apropiación o servicios culturales.

Canclini y Piedras señalan que al adquirir algún tipo de producto la apropiación del mismo es una manifestación de cultura, las características tanto físicas como de contenido son importantes gracias a que es una manifestación cultural y simbólica, asimismo, es parte de una interacción social. Las actividades sociales, según Canclini y Piedras, son parte de la cultura, sin embargo, la influencia de la modernidad formó parte del comportamiento cultural, lo cual provoca que al adquirir un producto se incorpora en este un valor simbólico, es decir, que el valor original es sustituido por el valor que las mismas personas le dan, por ejemplo, se percibe de manera diferente un lápiz a una pintura, el valor simbólico que se le da a este último no es igual al del lápiz que tiene un valor menor, tanto en lo económico como en lo artístico.

2.4.2. Consumo cultural

La creación de nuevas mercancías se basa principalmente en difundir masivamente un producto en particular. Dicho producto puede ser visto sólo como un objeto inanimado o como un artículo con un valor que se obtiene por una persona, este tipo de adquisición es conocido como: consumo cultural.

Es importante definir al consumo cultural, Canclini menciona que: “[...] el conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (:89). En otras palabras, el consumo cultural no se refiere a la adquisición

de los productos en general, sino específicamente al consumo de bienes con mayor autonomía, puesto que no sólo se visualiza su utilidad como producto, sino que al apropiarse de él se le agrega un valor cultural o simbólico, lo cual distingue consumo del consumo cultural, por ejemplo, no es lo mismo adquirir un marco que una pintura de *La mona Lisa*, la primera se obtiene como un producto de decoración, mientras que el segundo se le inserta un sentido cultural, ya que por medio del aprendizaje obtenido en la escuela o de un libro se entiende que dicha pintura pertenece a Leonardo Da Vinci, quien es artista mundialmente reconocido.

Además, el consumo cultural abarca productos que llegan ser condicionados por sus implicaciones mercantiles, como los programas de televisión, por otro lado también se encuentran mercancías que se basan en algunos sistemas religiosos, ya sea artesanías o danzas; así pues, estos productos están estructurados simbólicamente, pues se inserta un valor cultural al integrar ideologías o conocimientos que las personas reconocen y por lo tanto los adquieren.

En resumen, el consumo cultural se puede considerar como la adquisición de un producto que se le da un valor diferente al pertenecer a un bien cultural, es decir, un valor que se le da a partir de que este pertenezca o sea reconocido como cultural como una pintura, un obra de teatro, un libro y hasta los programas televisivos.

2.4.2.1. El consumo en los jóvenes

A lo largo del presente capítulo se han mostrado parte de los elementos que las personas, entre ellos los jóvenes, cambian el valor original de las mercancías al integrarlas como parte de su vida cotidiana. El consumo cultural en los jóvenes se presenta frecuentemente en los grupos, ya que por lo general se reúnen en torno a una ideología que comúnmente se representa en mercancías de diferentes tipos. Como ya se mencionó, el consumo cultural a diferencia del consumo es caracterizado a partir del valor cultural del producto, por ejemplo, los grupos de *otakus* que se

reúnen en torno al *anime* cambian el valor original que en primera instancia es vender y difundir y cambia en el momento en el que los *otakus* se identifican o ven en la animación algo más que un medio de entretenimiento. Por otro lado, Canclini menciona que:

El consumo genera identidades: intercambiamos productos para satisfacer nuestras necesidades que nos hemos fijado culturalmente, para integrarnos con otros y para distinguirnos de ellos. [Sic.] La comercialización a gran escala ha generado una industria cultural, en donde muchos jóvenes de clase media y de los países industrializados han consolidado su identidad como generación. La sociedad de consumo amplía el espacio de significación de juventud, consolidado lo que se ha dado en llamar una cultura juvenil. (Canclini 1995: 52)

Hay que hacer notar, el acto de consumo, que en muchos casos, satisface necesidades que se crean culturalmente con base al contexto en el que vive cada persona, existen individuos que consumen ciertos productos para que un sector en particular lo acepte. Sin embargo, los consumidores no son seres pasivos que asumen fácilmente los modelos, ya que ellos toman la decisión de adquirir o no, lo que ven.

Morley señala que el adquirir bienes culturales significa la apropiación y transformación del sentido de lo que adquieren, visto que algunas personas utilizan un objeto para crear distinciones estatus entre otras personas. Esta unión entre mercancía y consumidor hace formar grupos que tengan un bien e ideas en común. En la mayoría de los grupos juveniles es visible la inclinación de los gustos, ideologías y aficiones. La gran parte de los jóvenes tratan de expresar visualmente las tendencias y sus gustos por medio de manifestaciones en donde incluyen su estilo y su forma de comportarse ante su entorno.

Al realizar ciertas actividades o manifestaciones de lo que les gusta forman parte de acciones simbólicas que tienen un sentido único para ellos, lo cual provoca ciertos aspectos que los lleve a diferenciar entre otros grupos, todo a partir de sus acciones, creencias, actitudes,

estilos, valores, discursos y consumo cultural. Retomando lo dicho por Feixa, en apartados anteriores, se puede ver cómo los espacios de ocio son parte esencial en el desarrollo de la mayoría de los grupos de jóvenes, puesto que las industrias se encargan de explotar los espacios y los jóvenes forman parte del consumo, pero al mismo tiempo dan un nuevo valor, es decir, convierten la adquisición de mercancías en consumo cultural.

En resumen, al producir masivamente un producto, las industrias crean estrategias para que el consumo de productos u obras sea mayor y se crea una demanda. Néstor García Canclini y Ernesto Piedras llaman a las industrias culturales como industrias creativas, ya que consideran que es la creatividad la principal arma para poder atraer a los consumidores. Es así como los jóvenes crean grupo específicos, a partir de objetos y espacios de ocio por lo que crean un vínculo entre ellos mismos. Así pues, las personas son consideradas como seres culturales, por lo que su principal función es mantener, difundir y crear los elementos simbólicos que adquieran un valor y una ideología dependiendo del contexto, del producto o de la forma en cómo se difunda utilizando como herramienta los medios de comunicación.

CAPÍTULO 3

**ANÁLISIS DEL DIRCURSO A DOS *ANIMES* Y SU
RELACIÓN CON LOS JÓVENES AFICIONADOS.**

El objetivo principal del presente capítulo es desarrollar y comprobar la hipótesis, la cual, en términos generales, es identificar si el contenido de la animación japonesa es capaz de influir en la construcción de la identidad de los jóvenes, para lo cual se realizaron una serie de encuestas en puntos de reunión de los jóvenes *otakus*, como La Mole y El bazar del entretenimiento. Con los datos lanzados en las encuestas se obtuvieron datos importantes que se interpretaron y analizaron en el presente capítulo, asimismo, se tomaron en cuenta dos *animés*, los cuales se examinaron a través de dos discursos el oral y el visual, en ambos se expresa una idea o información al auditorio que sigue las historias.

3.1. Análisis de encuestas realizadas

Para el desarrollo de la presenta tesis se realizaron noventa y cinco encuestas, con quince preguntas abiertas, las cuales permiten conocer más a fondo a los jóvenes que gustan del *anime*. Setenta de las encuestas se realizaron en uno de los puntos de reunión más importantes para los jóvenes mexicanos, llamado La Mole, se ejecutaron durante la apertura del evento, el día 17 de diciembre, y durante el cierre del mismo, el día 19 de diciembre de 2010. Quince encuestas más se llevaron a cabo en otro punto de reunión de los aficionados, llamado El bazar del entretenimiento, y diez más en lugares no establecidos.

Las edades de los jóvenes encuestados fueron de entre 14 a 29 años. Es importante mencionar los rangos de edad para poder llamar “joven” a un individuo en México, en el Distrito Federal específicamente. Con base en los datos del apartado 2.3 se tomó en cuenta lo dicho por la Asamblea General de las Naciones Unidas y el Instituto Mexicano de la Juventud para el análisis, por lo que se dividió en rangos de edad con base a las encuestas realizadas, se tomó en cuenta la edad mínima (14 años) y la edad máxima (29 años). Con el fin de dividir las edades de la siguiente manera:

- Jóvenes adolescentes entre 14 a 19 años (**j.a.**)
- Jóvenes entre 20 a 24 años (**j.**)
- Jóvenes maduros entre 25 a 29 años (**j.m.**)

Se ha podido observar que la mayoría de los jóvenes que asisten a eventos como La Mole o la “TNT”, tomando como referencia las encuestas, son del tipo **j.**, con un 63%, seguidas de un 24% de **j.a** y un 13% de **j.m.** Estos datos son una pequeña muestra del tipo de joven que más gustan de la animación japonesa. La aplicación de las encuestas servirá para conocer si los jóvenes que adquieren el *anime*, lo ven como una propuesta cultural capaz de construir identidades o como un producto rentable, es decir, sólo como un medio de entretenimiento.

3.1.1. Interpretación y análisis de las acuestas realizadas

A partir de las encuestas se puede ver cómo los jóvenes que asisten a eventos como La Mole, a pesar de estar en un evento que gira en torno a la animación japonesa, el 25% ellos no definieron la palabra *anime* y no tienen una visión amplia de la palabra, señalan que les gusta sólo como un medio de entretenimiento y el 19% no contesta. Este tipo de respuesta demuestra que algunos de los jóvenes sólo asisten por curiosidad, según sus comentarios, lo cual se interpreta que para ellos no adquieren el *anime* como un bien cultural, sino como un producto sólo de entretenimiento. Mientras que el 59% conocen el *anime* y su significado, y dan respuesta como: “El *anime* es la animación japonesa, en el cual podemos encontrar trazos precisos que hacen a cada personaje diferente, para mí es un arte popular en nuestro presente, así mismo es una forma de conocer otra cultura”⁵¹, este tipo de contestación, se basa en el consumo cultural, ya que adquieren el *anime* como un bien cultural, puesto que conocen de él y de su historia.

⁵¹ Respuesta de joven encuestada de 19 años

Ahora bien, la adquisición de *anime* no sólo se ha limitado a los medios abiertos, es decir, la televisión. Según las encuestas⁵², el 33% lo consumen por medio del internet, ya que es de fácil acceso (44%) y pueden encontrar todo tipo de series, se hallan en sitios web como: You tube, en donde se pueden encontrar animaciones subtítulas (*fansub*) o doblaje al español (*fandub*). Los jóvenes señalan que el ver series por internet es económico (40%) y es un aspecto importante que buscan, y los **j.a.**, **j.** y **j.m.** (11/23, 16/60 y 4/12 respectivamente), quienes eligen en su mayoría este tipo de acceso al *anime*. Algunos jóvenes eligen los lugares especializados (26%), para adquirir la animación japonesa como: el “Bazar de la computación” ya que es de fácil acceso y económicos. El 15% prefiere ver animación por televisión de paga. Esto demuestra que el internet se ha convertido en el medio más utilizado por los aficionados, los cuales no se limitan y buscan nuevas formas de ver lo que les agrada desplazando en gran medida a la televisión abierta.

Es importante mencionar la forma en cómo los jóvenes encuestados se perciben a través de su afición, la mayor inclinación es hacia la palabra *otaku* (45%), los **j.a.**, **j.** y **j.m.** (9/23, 23/60 y 9/12 respectivamente) tienen una mayor inclinación hacia ese término, lo cual se puede deber a que es una de las primeras palabras que definieron al aficionado del *anime* en Japón y fue adoptada en México. El 36% responde que es parte de su estilo de vida e investigan todo lo relacionado con el *anime* (**j.a.** 8/23, **j.** 22/60, y **j.m.** 4/12), y el 26% se autodefine como *friki*. Este tipo de asimilación, ya sea *otaku* o *friki*, demuestra que los jóvenes no sólo adquieren el producto como tal, sino que cambian el valor del mismo y lo asimilan como parte de su vida al autonombrar su afición.

Hay que destacar que los jóvenes al autodefinirse *otakus* o *frikis* y al asimilarse como tal, dependerá en gran medida al contexto en el que vieron la animación japonesa, los **j.** (28/60) tienen entre 11 y 15 años viendo *anime* 32%, mientras que el 27% y 14% (respuestas “a” y “b”

⁵² Véase anexo 1, pregunta 8, para mayor referencia de datos

respectivamente) manifiestan que tienen menos de 10 años, y los **j.a.** (13/23) tienen menos de 5 años. Los datos manifiestan que el éxito que tuvo el *anime* en los años 90 tuvo un impacto en los entonces niños de esa década, esto sirvió como influencia para las generaciones continuas.

Uno de los motivos por el cual los jóvenes mexicanos adquieren *anime* es en gran medida a los géneros que existen, ya que cubren todo tipo de gustos. Los datos recopilados señalan una mayor inclinación al *shonen* (23/95), seguida por el *shojo* (19/95), las mujeres **j.** prefieren este último. Otro de los géneros más recurrentes en las mujeres **j.a.** y **j.** es el *yaoi* (3/12 y 8/36 respectivamente), el cual tiene temáticas de líos amorosos entre hombres. El “por qué” de la inclinación por los géneros que eligieron los jóvenes se basa en la trama, los temas (35% en general) y el diseño de los personajes (3% en general). Un gran número de mujeres gustan del *shonen* sobre todo **j.a.** y **j.** (5/12 y 5/36 respectivamente).

Los tipos de *anime* y personajes que ven los jóvenes son variados, sin embargo, algunos de los títulos y personajes son similares⁵³. La animación más mencionada es *Naruto*, mientras que el personaje favorito de los aficionados es “L” (*Death note*) que fue el más mencionado (6/95), sobre todo por **j.a.** (3 /95). L tiene una apariencia descuidada, ojeras y delgado, con respecto a sus características generales, es inteligente e irónico. Sakura Kinomoto (*CCS*), del género *shojo*, es uno de los que más gusta entre mujeres **j.**, en dicho personaje resalta su inteligencia y valentía, es una niña de 10 años con cabello castaño y ojos verdes. La preferencia por algún tipo específico de personaje depende en gran medida los gustos de cada uno de ellos, pero al mismo tiempo dependerá de la forma en cómo se les presente en una trama.

Por otra parte, se debe mencionar las animaciones que los jóvenes mexicanos consideran como las más populares, independientemente de sus gustos. Los *animés* indicados coinciden entre sí, los tres más mencionados en el resultado total fueron: *Naruto* **38/95**, *Dragon ball* **28/95**

⁵³ Véase anexo 1, pregunta 4 y 5 para mayor referencia de datos

y *Caballeros del zodiaco 12/95*, cabe destacar que las dos ultimas se transmitieron por primera vez durante los años noventa, a diferencia del primero que fue transmitido hace tres años por primera vez en televisión de paga y poco después en televisión abierta.

Es importante mencionar que el 45% de los jóvenes señalan que la popularidad del animación que seleccionaron se debe a que: “se transmitió en televisión abierta y eso creó una gran popularidad entre el público en general y no sólo en los aficionados al *anime*”. El 19% indican que la popularidad se debe a la comercialización de artículos como juguetes, cartas, posters, música, estampas, DVD’s, etc. La mayoría de los *animés* mencionados son o fueron transmitidos en algun momento en televisión abierta, lo cual demuestra que este tipo de medio fue la pauta para que la mayoría de los que ahora se consideran *otakus* o *frikis* iniciaran su afición a este tipo de entretenimiento.

Las mujeres encuestadas eligen en su mayoría personajes masculinos, que físicamente son atractivos, con rasgos finos y masculinos a la vez, de carácter fuerte, valientes, graciosos, fuertes y sobre todo con buenos sentimientos. Entre sus repuestas destaca el carisma sobre todo en mujeres **j.a.**, **j.** y **j.m.** (6/4, 11/36 y 2/4 respectivamente), “los valores que trasmiten dichos personajes” es otra de las respuestas de las **j.** (10/36). Por otro lado, los hombres que eligen personajes masculinos es por “el carisma” (**j.a** 4/11. y 4/24 **j.**); “los valores que transmiten” es elegido por los **j.** (7/24). Cabe destacar que gran parte de ellos no contestaron “el porqué” de su gusto por dichos personajes. Se puede observar que la estética de los personajes femeninos que mencionan los hombres, son de apariencias inocentes y voluptuosas, así como fuertes, valientes y simpáticas. Se da mayor peso “al carisma” (28%), seguido por “los valores” (21%), por “las características físicas” (19%), y el 33% su abstuvo el contestar. Este tipo de respuestas destacan que los jóvenes buscan en los personajes y en las series un medio que les aporte más entretenimiento.

Se puede decir que los jóvenes buscan un tipo específico de personajes, puesto que buscan algo con lo que se puedan identificar, ya que más de la mitad de los encuestados se sienten, o se ha llegado a sentir, identificados con algún personaje de *anime* (61% del total). Algunos de los encuestados marcan que una de las razones son las vivencias (17%), otros se identifican con ciertas características psicológicas en los personajes que son similares a las de ellos (29%). Por otro lado, también hay aficionados que no se identifican con ningún personaje (39% del total) señalan que no les llama la atención ningún (4%) y a algunos otros les parece un poco extremista identificarse con individuos ficticios (13%).

Los *otakus* mexicanos que se identificaron con algún personaje de *anime* llegan a tener un comportamiento en particular⁵⁴. El 38% responden que “sí” se comportan como algún personaje de *anime*, el 16% que se identifican, y el 10% que les gustaría ser como ellos. La gran mayoría de los encuestados no adopta algún comportamiento en particular (62%), sobre todo los **j.m.**, quienes argumentan que es un poco extremista comportarse como algún personaje (20%) remarcan que cada persona tiene una identidad propia. El 15 % indican que no se identifican con ningún personaje sobre todo los **j.m.**, quienes argumentan que al pertenecer al ámbito laboral serían tachados por sus compañeros como inmaduros. Estos tipos de respuesta demuestran que uno de los motivos por los cuales no demuestran abiertamente su afición los jóvenes se debe en gran medida al tipo de vida que llevan los **j.m.** (sobre todo), mencionan que el medio en el que se encuentran (es decir laboral) no sería pertinente mostrar su afición abiertamente.

El tipo de limitaciones que lleva a los jóvenes a no mostrar abiertamente su afición se debe en gran medida a su entorno, específicamente a las personas que los rodean⁵⁵. Algunos de los jóvenes mencionan que sus familiares y/o amigos piensan que ver *anime* es infantil (10%) y que

⁵⁴ Véase anexo 1 pregunta 13 para mayor referencia de datos

⁵⁵ Véase anexo 1 pregunta 14 para mayor referencia de datos

no les gusta que lo vean (29%). Entre sus comentarios, los jóvenes indican que no les importa lo que digan los demás acerca de su gusto por el *anime*, remarcan que ellos son libres de ver lo que quieran. Asimismo, el 39% marcan que las personas respetan su afición, el 9% piensan que es interesante que vean *anime*. Cabe señalar que los jóvenes comentan que en un principio a sus padres no les agradaba que vieran animación japonesa, pero con el tiempo aceptaron sus gustos.

Uno de los lugares por el cual los encuestados demuestran su afición son los espacios de ocio, en los cuales como se mencionó en el apartado 2.3.5., es un punto en dónde los jóvenes se sienten en plena de libertad de mostrarse tal y como son, ya que se encuentran personas con los mismos gustos que ellos. El 42% de los jóvenes manifiestan su gusto en convenciones, sobre todo los **j.** y **j.a.** (30/60 y 8/23 respectivamente), mencionan que al ver *anime*, hacer *cosplay* y al dibujar manifiestan su gusto. El 21% prefieren manifestar su afición con amigos, quienes comparten la misma afición (11/24 **j.a.** y 4/12 **j.m.**).

Como se mencionó una de las formas en la que los jóvenes manifiestan su afición es a través del llamado *cosplay*, ya el 62% de los jóvenes realizan o han realizado alguna vez *cosplay*, sobre todo los **j.** (43/60), algunos de ellos señalan (24/60) que realizan *cosplay* porque se identifican con los personajes, otros mencionan que se sienten como el personaje que eligieron, y el 25% les parece interesante ponerse un disfraz. Así pues, los jóvenes al realizar un *cosplay* los hace acercarse un poco más a su afición, ya que como ellos mencionan que al ponerse un traje, esto los hace sentirse diferentes por un momento.

Por lo tanto, los jóvenes encuestados no sólo se limitan a lo que los medios les ofrecen, sino que siempre están en busca de algo que los satisfaga, en este caso el internet ha sido un medio que más utilizan, ya que muchos lo utilizan como un medio para manifestar su afición, ya que crean comunidades virtuales en donde intercambian opiniones, información y ampliando aún más su criterio. No sólo el internet es utilizado para la manifestación de la afición de los jóvenes, sino

también se deben de tomar en cuenta que los espacios de ocio es una parte fundamental para poder interactuar y tener un sentido de pertenecía.

3.2. Justificación de los *animés* seleccionados

Para el análisis de las animaciones elegidas por medio de las encuestas, *Dragon Ball* y *Naruto*, se eligió el análisis del discursos, ya que los *animés* son integrados por un discurso oral y visual. El análisis del discurso se basa principalmente en las descripciones semánticas, así como la formulación de que expongan el uso del lenguaje, las características y la interacción social.

A partir de las encuestas realizadas a los jóvenes aficionados, se tomaron en cuenta dos de los *animés* más mencionados por ellos en las encuestas realizadas para la investigación. Con base en el análisis del discurso se pretende hallar los elementos que se encuentra implícitos y explícitos en las animaciones, para poder comprobar la hipótesis de la presente tesis. Dicho análisis se basa en los conceptos tratados en el segundo capítulo, principalmente; cultura, identidad, verosimilitud y género fantástico.

Con el fin de hallar el contenido explícito e implícito de las animaciones, se pretende contraponer ambos resultados para poder identificar más a fondo el motivo por el cual los jóvenes gustan del *anime* y los bienes culturales que pueden adquirir por medio de ellos. Para esto se realizaron dos análisis diferentes tanto en el lenguaje oral (por medio de los diálogos) y el lenguaje visual (por medio de las imágenes).

Es importante recordar que sólo se tomaron en cuenta el primer capítulo de cada *anime*, hay que tener en cuenta que cada capítulo tiene una duración aproximada de 20 minutos y muchas de las escenas presentan aspectos similares y sin mucha relevancia, por lo que se creyó pertinente dividir cada capítulo en tres fragmentos, todo esto con el fin de identificar las partes más relevantes como:

- Fragmento introductorio: Incluye la forma en cómo introduce el *anime* al espectador dentro de la trama, presentando los personajes principales.
- Fragmento del conflicto: Se encuentra el conflicto o el nudo del capítulo, por ejemplo se rebela la identidad del héroe, el inicio de la aventura, un misterio revelado o el porqué de los conflictos no sólo del capítulo sino del *anime*.
- Fragmento final: Se señala el cierre del capítulo, al mismo tiempo que termina el episodio se invita a seguir viendo la animación.

3.2.1. Análisis del discurso

Van Dijk señala que el discurso contiene diversas estructuras que son fundamentales para su desarrollo, una de ellas es la gramática, que se encarga de la descripción de oraciones que siguen una secuencia, al crear una lógica del discurso se crea una secuencia u orden de oraciones, las cuales pueden llegar a ser aceptables o no por el receptor, ya que si no es entendido o captado adecuadamente puede llegar a ser rechazado.

Asimismo, la noción del discurso proviene del sentido común, ya que aparece en el lenguaje cotidiano. El “discurso”, según Van Dijk, utiliza algún tipo de lenguaje, ya sea escrito, oral o hasta visual. Por ejemplo, en las situaciones cotidianas la interacción con otras personas es indispensable, como una llamada telefónica, una conversación entre amigos, al escribir o leer un artículo en una revista. Así, se destacan tres tipos de discursos: el escrito, el oral y el visual, de los cuales los dos últimos son pertinentes para el análisis de los *animés* seleccionados.

3.2.2. La oralidad como discurso

De entrada, la oralidad puede ser asociada al sonido y las palabras, asimismo, se toma en cuenta la manera en cómo se construye la pronunciación, el énfasis, el tono, el volumen y otros aspectos

que forman parte de la construcción de un discurso hablado, ya que no todas las personas entienden lo mismo, pues dependerá el contexto en el que se encuentre cada individuo.

En un discurso hablado se incluyen las conversaciones que se tienen diariamente entre amigos, compañeros de trabajo o conocidos, así como los debates parlamentarios, la relación que existe entre un médico y su paciente. Por ejemplo, el discurso oral en el *anime* se encuentra en los diálogos que hay entre personajes y los pensamientos, que tienen sentido en la animación.

3.2.3. El lenguaje visual como discurso

En lo que concierne al lenguaje visual Roland Barthes señala que las imágenes son “huellas mentales”, que representan la realidad y construyen recuerdos de nuestro entorno. Estas imágenes no sólo son fijaciones visuales, sino reflejan aspectos que pueden ser percibidos por medio de los sentidos. Las imágenes son alimentadas por el conocimiento y el pensamiento de cada persona, puesto que obtienen un significado individual que puede ser importante o no, dependiendo de cada individuo.

Los personajes, los escenarios y las situaciones plasmadas en el *anime*, por ejemplo, son una representación de la realidad, ésta representación es creada a través de sucesos ficticios y verdaderos. Cada espectador le da un significado e importancia diferentes a las imágenes que observa. En las imágenes icónicas representan aspectos de la realidad, cuyo propósito es mostrar situaciones comunicativas ya determinadas, además de que rigen el pensamiento, en otras palabras, las personas relacionan las palabras o pensamientos con imágenes ya determinadas por el aprendizaje que recibe a lo largo de su vida.

3.2.4. La argumentación como parte del discurso

Otro aspecto importante en el análisis del discurso es el estudio de la argumentación, en donde la persuasión es un aspecto importante. Los modelos o estereotipos reproducidos por un actor o personaje pueden llegar a ser una representación de lo que puede ser la belleza, el amor, el temor o la tristeza, que son difundidos a la audiencia. El acto de persuasión en el *anime*, por ejemplo, se encuentra al buscar elementos que capten la atención de la audiencia, ya sea por medio de historias fantásticas o por medio de personajes atractivos a la vista, con los cuales se puedan entretener y en algunos casos identificar.

La inclinación de los jóvenes hacia un tipo de trama o personaje es muchas veces inconsciente, como muestra, al haber una inclinación hacia un género en particular, refleja parte de lo que los jóvenes son o de lo que buscan en un producto. Por ejemplo, los jóvenes que ven *anime* de corte *shojo* pueden encontrar un estereotipo de chico “perfecto”, es decir, guapo, atlético, caballeroso, inteligente y gracioso, esto es un supuesto de lo que muchas mujeres quisieran de un hombre, lo cual es plasmado en algunos personajes animados, esta inclinación a este tipo de personajes, muchas veces, llega a ser inconsciente.

3.2.5. Connotación y denotación

Tanto las imágenes como los diálogos son de suma importancia en los medios de entretenimiento visuales. La persuasión que se emplea en este tipo de elemento visual, tiene como consecuencia el consumo de los mismos. Las personas en la actualidad están en constante interacción con las imágenes, ya sea por medio de la pantalla, en fotos en revistas o periódicos que ilustran alguna nota informativa. Dos tipos de persuasión en el lenguaje icónico verbal son: la **connotación** y la **denotación**.

En primer lugar, la **connotación** se percibe con ayuda del contexto en el que se encuentre, ya sea los diálogos o las imágenes. En segundo lugar se encuentra la **denotación**, que según Gracida Juárez, es el primer significado que se percibe cuando se ve, lee o acucha algo.

La **denotación** en el *anime*, por ejemplo, visualmente se halla con el primer significado que nos remite ya sean los personajes o los escenarios que junto con la trama conforman una historia. Por otro lado, la **connotación**, como ya se dijo, se encuentra al profundizar o al entender la lógica en el contexto o entorno de un tema o una imagen. En el *anime* la **connotación** se puede tomar como ejemplo el género *shojo*, el cual puede ser identificado por *otakus*, quienes saben las características y las temáticas que pueden encontrar, sin embargo, si el *shojo* es presentado a persona que no conocen del tema les puede parecer todos los géneros iguales. La **denotación** y la **connotación** son esenciales para la comprensión y la producción de los diferentes tipos de discursos, los cuales se pueden percibir a través del conocimiento esencial o por medio de conocimientos previos del contexto en el que se encuentra el discurso, sin embargo, tanto la connotación como la denotación están ampliamente ligadas y una depende de la otra para crear un sentido congruente a los diferentes tipos de discursos.

En el siguiente apartado se presenta la primera animación que se analizará, por lo que es pertinente tener en cuenta los fragmentos en los que se divide, el primer capítulo de cada serie.

3.3. Análisis al *anime* “*Dragon Ball*” Capítulo 1 “La leyenda de las esferas del dragón”

El *anime* *Dragon Ball* ha logrado gran éxito, no sólo en Japón, sino en diversos países incluyendo México. Se colocó en los primeros lugares de los mejores *animés* de todos los tiempos en diversas ocasiones en el programa “*Alta definición*”⁵⁶, en el cual no sólo compitió con otros

⁵⁶ Programa de crítica televisiva, transmitida en canal 40

animes, sino también compitió con caricaturas de diversos países. El conductor Álvaro Cueva señala que *Dragon Ball* toca temas, como las artes marciales, la amistad y la superación personal.

Después del éxito de *Caballeros del Zodiaco*, transmitida por Tv Azteca en el canal 7, Televisa lanza en 1996 *Dragon Ball* por el canal 5, dicho *anime*, según el semanario *Etcétera*, obtuvo un *rating* que superaba el de muchas telenovelas y partidos de fútbol de ese entonces. Los contenidos de violencia, por medio de peleas entre personajes para salvar el mundo, provocaron que *animes* como *Caballeros del Zodiaco* o *Dragon Ball* fueran desaprobados por los padres de familia. No sólo eran criticados por la violencia que mostraban, sino que se censuraron escenas en donde se mostraban armas de fuego o ropa interior, en el caso de *Dragon Ball*.

“*Dragon Ball*”

Datos

Autor del *manga* y del *anime*: Akira Toriyama

Nombre verdadero del *anime*: *Doragon Boru*

Basada en el *manga* del mismo nombre

Año en el que se publicó por primera vez el *manga* en Japón: 1984

Estreno del *anime* en Japón: 1986

Total de capítulos: 541

Género: *Shonen* (comedia, aventura y artes marciales)

Clasificación: 14+

Estudio de doblaje al español: Producciones Salgado 1-60 (español de México)

Sinopsis del *anime*

La historia de *Dragon Ball* se desarrolla en escenarios desconocidos para el hombre, en donde vive un niño de nombre Son Gokú, de aproximadamente 10 años con una gran inocencia y fuerza ilimitada, fue criado por su abuelo quien le enseñó algunas técnicas de artes marciales. El único ser humano que conoció Gokú fue su abuelo. Un día el niño conoce a Bulma, una joven de

aproximadamente 14 años con un carácter temperamental e inteligente, la cual le ofrece buscar con ella las 7 esferas mágicas, que al reunir las cumplen cualquier tipo de deseo.

Así pues, en la primera temporada Bulma conoce a Gokú por accidente y viajan juntos para buscar las esferas. A lo largo de la historia ambos personajes conocen amigos y enemigos, estos últimos desean obtener las esferas para conquistar la Tierra, lo cual provoca una lucha para salvar el planeta. *Dragon Ball* se divide en 3 temporadas, las cuales fueron transmitidas en su totalidad en televisión abierta.

Sinopsis del capítulo

Capítulo 1

“El secreto de la esfera del dragón”

En primera instancia se escucha la voz de un narrador, quien presenta y describe el entorno del Gokú, quien vive sólo en las montañas tras la muerte de su abuelo. La aventura del protagonista comienza con la llegada de Bulma, una chica de la ciudad que busca unas esferas mágicas. Gokú tiene en su poder una de las esferas, la cual se la regaló su abuelo. Por casualidad Bulma se topa con Gokú, quien se asusta y trata de atacarla, pero ella lo tranquiliza.

Después de conversar con Bulma, ella le explica al niño que ella es una chica y le dice que está en busca de unas esferas mágicas, las cuales le pueden conceder cualquier deseo. Bulma al darse cuenta que Gokú tiene una de las esferas que ella busca, trata de convencerlo por medio de engaños y al final él accede, pero sólo si va con ella. Con el inicio de la búsqueda de las demás esferas termina el primer capítulo y comienza lo que será un *anime* de más de 500 capítulos.

3.3.1. Análisis oral del anime *Dragon Ball*

3.3.1.1. Fragmento introductorio

Fragmento Introductorio Capítulo 1 <i>Dragon Ball</i>
<p><i>La historia comienza con la voz del NARRADOR, quien describe el entorno de la historia, así como la presentación indirecta de los personajes.</i></p>
<p>NARRADOR- Nuestras aventura comienza en una tierra lejana, olvidada por la gente, una tierra más allá del tiempo, una tierra bella y misteriosa de la que nadie ha oído hablar ni ha sido vista jamás.</p>
<p>En alguna parte de esta remota región lejos de la civilización, existe un guerrero joven y valiente. Es un niño que vive solo y bajo la protección de la madre naturaleza.</p>
<p><i>Música en off</i> <i>Título del capítulo, aparece en un fondo estático,</i></p>
<p>NARRADOR- Hoy les ofrecemos “la leyenda de las esferas del dragón”</p>
<p><i>En la siguiente escena aparece el niño que es presentado por el narrador como GOKÚ, el cual está montado en un tronco mientras camina, en la mano derecha lleva una cierra gigante.</i></p>
<p>NARRADOR- En la parte más escondida de las montañas, hay un valle tranquilo con riachuelos y flores silvestres, aquí vive nuestro pequeño héroe, pero todavía no sabe que desempeñará un papel importante en la historia que está por comenzar. La leyenda de Gokú y las siete esferas.</p>
<p><i>De un árbol, un pequeño mono agarrado de la mano de su mamá saluda a GOKÚ, quien le sonríe y lo saluda.</i></p>
<p>GOKÚ- Hola, ¡qué linda mañana! ¿no es cierto?</p>
<p><i>Al llegar a una picada el tronco gira más rápido y el pequeño maniobra saltando y riendo.</i></p>
<p><i>La siguiente escena muestra el lugar en donde vive GOKÚ, una casa estilo oriental, con tejas azules, el niño entrena frente a ella, haciendo ruidos y movimientos. Toma un tronco, lo lanza al cielo saltando al mismo tiempo dirigiendo su puño hacia él, al golpearlo parte leña que se coloca sola en una pequeña pila en cortes perfectos.</i></p>
<p>GOKÚ- Ya terminé de partir la leña. Me muerdo de hambre. (dice eso mientras se toca el estomago)</p>
<p><i>La siguiente escena muestra un camino entre las montañas en el cual un pequeño auto aparece en el fondo.</i></p>
<p>NARRADOR- Muy cerca de nuestro pequeño amigo apareció un automóvil que se aproximaba a su territorio.</p>
<p>Gokú no se podía imaginar que su vida estaba a punto de cambiar por completo</p>
<p><i>El auto de color verde agua, con la palabra “turbo” en una de sus puertas, se detiene, y baja de él una joven de aproximadamente 14 años, la chica lleva una coleta con un moño rojo que recoge su cabello de color azul, llevando un vestido de color rosa, pañoleta morada, un guate en su mano derecha, calcetas, tenis y un pequeño bolso saca una especie de radar en donde parpadea una flecha.</i></p>
<p>BULMA- Estoy segura de que se encuentra cerca. Creo que tendré suerte.</p>
<p><i>BULMA sube a su auto y sigue su camino.</i></p>

Resumen general del fragmento: En este fragmento se muestra como el capítulo llega a ser similar al inicio de un cuento fantástico, puesto que no se señala un espacio y un tiempo determinado. El tipo de narrador es omnisciente, ya que conoce lo que sucederá en la historia, conoce tanto al protagonista como su entorno. El narrador señala que el *anime* es una leyenda, Emilio Rojas, en su libro *Mitos, leyendas, cuentos, fabulas, apólogos, y parábolas*, considera a la leyenda como relato que se transmite de manera oral, incluyen sucesos maravillosos que ocurren en lugares reales, difundidos por medio de las comunidades.

Al poner en juicio el párrafo anterior, es importante dar cuenta a que dicho *anime* presenta aspectos increíbles e inexplicables lo cual llega a transmitir un ambiente fantástico, al crear mundos increíbles que muchas veces el ser humano sólo los imagina esto logra hacer que la audiencia en ese tipo de lugares, sin embargo, como señala Orozco, esto sólo dura mientras la televisión está encendida, ya que al apagarla se rompe el encanto.

Cultura: En este primer fragmento se pueden percibir diversos elementos culturales que se encuentran principalmente en Gokú, quien es basado en el personaje chino: *El Rey Mono*⁵⁷, del cuento *El viaje al oeste*, la historia incluye un trasfondo religioso, mitológico y valores que son aspectos culturales de origen chino. Esto provoca que los aficionados que indagan en este tipo de contexto adquieran no sólo el *anime* como un medio de entretenimiento, sino que le dan un valor diferente, pues al conocer el trasfondo del personaje inconscientemente los evoca a una cultura ajena a la de México. Además, se hace alusión a escenarios en particular e invita a evocar a espacios o entornos ya conocidos, que como se mencionó en apartados anteriores, el ser humano

⁵⁷ El Rey Mono es un personaje de la una novela muy importante para China, llamado *El viaje al oeste*, dicha novela se ha convertido en un clásico, formando parte esencial de la cultura china, relata la historia de un monje de nombre Xuanzang, quien se dirige a un viaje para buscar unos antiguos textos budistas. En su viaje se encuentra con toda clase de conflictos, tanto interiores como exteriores. El monje es acompañado por tres discípulos, entre ellos el Rey mono (Sun Wukong), quien posee poderes mágicos los cuales consisten en la transformación de 72 cambios de apariencia, dichos cambios le ayudaban a identificar demonios. Otro de los acompañantes del monje es Zhu Bajie, que era una especie de monstruo y cerdo con grandes habilidades y finalmente Sha Seng un demonio acuático. El monje tiene un caballo que es un príncipe dragón. (anónimo del siglo XVI, traducción por Enrique P. Gatón e Imelda Huang-Wang Edit. Siruela, España, 2004)

aprende a asociar las palabras con objetos, personas o lugares que él reconoce como verdaderos y al mencionar, por lo que al indicar el entorno del protagonista se crea una cierta familiaridad creando un sentido de apropiación.

Identidad: Tanto los personajes como los escenarios presentados por el narrador son identificados y asimilados por los aficionados, quienes en un principio sólo los ven como un elemento importante en la historia, pero al indagar y al conocer más sobre ellos no sólo ven en Gokú al protagonista, sino lo ven como un héroe japonés basado en un personaje de la mitología china, con características y una identidad propia con lo cual los *otakus* crean una empatía. En consecuencia, y como los encuestados señalaron, ellos se inclinan en el carisma y en los buenos sentimientos de los personajes.

3.3.1.2. Análisis del fragmento del conflicto

Fragmento del Conflicto Capítulo 1 Dragon Ball
<i>En un lugar alejado de los protagonistas, se puede ver otra esfera que es iluminada al abrir una puerta y aparecen tres personajes: una joven de nombre MAI, un perro que habla y un ser parecido a un extraterrestre llamado PILAF.</i>
PILAF- Por fin lacayos. Ahí está la esfera...
<i>Se acercan los tres a la esfera y uno de ellos la toma en sus manos</i>
PILAF- Ésta es la legendaria esfera del dragón
<i>Al decir esto, una de las armaduras que se encontraban en la habitación cae encima de él y la avienta.</i>
PILAF- Con esta esfera cumpliré todos mis deseos
MAI- No señor... esa es una verdadera esfera del dragón, pero no sirve para nada si no tiene las demás esferas. Señor, en total son siete esferas y sus poderes mágicos funcionan sólo cuando están todas juntas.
Se encuentran en distintas partes del mundo, pero cuando están todas juntas aparece el gran dios dragón entonces se dice las palabras mágicas y el dios concede el deseo que uno quiera pedir
PILAF- ¿Cualquier deseo? eso es maravilloso, serán todas mías, las juntaré muy pronto y pediré mi deseo de controlar el mundo.
GOKÚ- Oye Bulma, esto es maravilloso, entonces cuando tengas las siete esferas se cumplirá mi deseo
BULMA- Me parece que la última vez un hombre se convirtió en rey, pero eso fue hace mucho tiempo* y las demás

esferas están perdidas en el mundo.

GOKÚ- Pero tú ya tienes dos... ¿verdad?

BULMA- Sí, mira cada esfera tiene un número diferente de estrellas, ésta tiene cinco...

GOKÚ- Y la del abuelo tiene cuatro estrellas

BULMA- Parece que ya entendiste.... Ya decidí cuál será mi deseo cuando reúna las siete esferas, quizá pida fresas me encantan, pero lo mejor es pedir un novio amable y guapo, eso es... así que te agradecería que me dieras tu esfera

GOKÚ- Claro que no, cómo se te ocurre es un regalo de mi abuelo

BULMA- Por favor Gokú... es muy lindo de tu parte, pero tú no la necesitas

GOKÚ- No te la daré

BULMA- Pues como quieras, al fin que sólo tienes una, oye se me ocurre una idea.

Al ver que no puede convencer al pequeño de darle su esfera BULMA le enseña su ropa interior a GOKÚ, pero éste no le toma importancia a la chica, muestra su inocencia al no saber por qué lo hizo.⁵⁸ BULMA al ver que no puede convencer al niño, le hace otra propuesta.

BULMA- ¿Por qué no buscamos las otras esferas juntos?

GOKÚ- ¿Cómo, que buscar esferas?

BULMA- No tienes nada que hacer aquí, los viajes ilustran y aprenderías muchas cosas y serías un gran chico.

GOKÚ- ¿Y sería tan fuerte y tan sabio como mi abuelo?

BULMA- ¡Claro que sí! Tú sólo conoces estas montañas, podrías ver el mar, la ciudad, y muchos otros lugares, hasta podría encontrar monstruos y pelear con ellos. ¿qué te parece?

GOKÚ- Oye eso parece divertido, creo que sí te acompañaré

BULMA- Muy bien así me gusta ¿socios?

GOKÚ- Bueno, pero yo guardaré mi propia esfera

BULMA- Está bien, pero recuerda que al final me la vas a prestar

Todo saldrá bien, GOKÚ será un guardaespaldas perfecto y si me presta su esfera, todo saldrá de maravilla.
(Pensamiento)

Somos socios, ¡haya vamos!

Resumen general del fragmento del conflicto: En este fragmento se hace la presentación de diversos personajes que serán importantes en la trama, y se relata el misterio de las esferas, lo cual provoca el desarrollo de la historia, y el comienzo de las aventuras de los protagonistas y de los antagonistas. Asimismo, uno de los antagonistas funge como narrador, es decir, su

⁵⁸ Escena censurada en televisión abierta

perspectiva es focalizada internamente, puesto que es el centro de la narración y tiene conocimiento de partes importantes de la historia.

Por otra parte, el personaje principal (Gokú) se puede considerar como un héroe-buscador en la categoría de Propp, al igual que Bulma, pero ésta de una forma más indirecta. Asimismo, Gokú realiza la función del abandono de su casa⁵⁹ (por cuenta propia), para ir en busca de las esferas. Además, el antagonista obtiene información para apoderarse del objeto mágico⁶⁰, en este caso las esferas.

Culturales: El narrador al presentar al Dragón como una deidad, puede crear en los espectadores un choque de ideas, puesto que la imagen que la mayoría de las jóvenes mexicanos tiene sobre este tipo de seres fantásticos los encuentra en los cuentos clásicos, es decir, un dragón europeo que por lo general es el villano, con grandes alas y que saca fuego por el hocico. Hasta el momento los diálogos no señala con exactitud qué tipo de dragón es el que se presenta, pero si se toma en cuenta que dicho ser es un dios que concede deseos, rompe de antemano el estereotipo que la mayoría de los espectadores tiene de dicho ser, sin embargo, se debe de tomar en cuenta que los *otakus* tienen la referencia de que los dragones asiáticos son diferentes a los europeos, por lo que al mencionar un dragón en un *anime* la referencia inmediata es otra, la de un ser que es considerado como un dios que es respetada por los asiáticos, especialmente por los japoneses y los chinos.

Por tanto, los referentes que tiene cada persona es producto de sus conocimientos previos y de la manera en que cada uno de ellos se apropia o no de lo que se les presenta, ya que los *otakus* integran e investigan sobre las culturas que se les presentan por medio de las animaciones.

⁵⁹ Función de los personajes según Propp

⁶⁰ Ídem

Identidad: El tipo de comportamientos de los personajes pueden llegar ser identificados y asimilados por la audiencia, quienes ven en cada uno de los protagonistas una opción diferente, sobre todo si se toma en cuenta que los protagonistas se criaron en unos lugares desiguales, por lo que los aficionados pueden crear una simpatía, empatía o rechazo por los protagonistas o incluso por los antagonistas, por lo que los jóvenes se pueden identificar con Gokú, tal vez por su personalidad “inocente”, mientras que en el caso de Bulma se puede crear simpatía o no por parte de la audiencia.

En el momento en que los jóvenes descubren la personalidad de cada personajes buscan en ellos una forma de entender el porqué de sus acciones, en ese momento se pueden llegar a identificar o les gustaría imitarlos, esto último lo demuestran en el momento en el que se disfrazan o imitan algunos movimientos o frases esto llega a ser una consecuencia de la búsqueda que tienen muchos jóvenes de encontrar un aspecto que los haga sentir bien o simplemente los entretenga a través de la simpatía de un personaje con las características de Gokú, es decir “inocente” o carismático, peculiaridad que buscan el 28% de los jóvenes encuestados.

3.3.1.3. Análisis del fragmento final

Fragmento Final Capítulo 1 Dragon Ball
<p>BULMA- ¡Gokú! ¡Auxilio...!</p> <p><i>Al oír el grito de BULMA, GOKÚ corre para ver qué pasa. Al llegar al lugar, el pequeño se sorprende al ver que ella está con un pterodáctilo, el cual le habla.</i></p> <p>BULMA- ¡Por favor....ayúdame!</p> <p>PTERODÁCTILO- ¿Quién eres tú? ¿Por qué me interrumpes?</p> <p>GOKÚ- Yo soy Gokú... ¿y tú, quién eres? ¿Eres su amigo?</p> <p>PTERODÁCTILO- Lo siento niño, pero ya sabes cómo es esto, tu amiga y yo tenemos una cita para cenar con mis tres pequeños hijos.</p> <p><i>El pterodáctilo ata a GOKÚ en un árbol, mientras éste cree todo lo que le dice el animal.</i></p>

BIBLIOTECA UACM

GOKÚ- Creo que algo anda mal.

PTERODÁCTILO- No te preocupes hijo regresaremos en un momento.

El pterodáctilo vuela dejando a GOKÚ atado y BULMA se aferra a las patas del dinosaurio para no caer.

PTERODÁCTILO- (Risas) deja de gritar criatura, acaso ¿te dan miedo las alturas? (risas)

GOKÚ- ¿Se van a tardar mucho? ¿Qué pasa? ¡Diganme...!

Gokú mira hacia el cielo mientras Bulma le grita desesperada y dando manotazos al pterodáctilo.

BULMA- ¡Quiere comerme...! ¡Rápido sálvame Gokú...!

GOKU- ¿Qué la salve? ¿Qué no son amigos? Ya entiendo, ¿por qué no me lo dijo antes?

GOKÚ fácilmente con la ayuda de su cola quita el nudo de la cuerda y queda libre, pone la mano en su frente mirando hacia el cielo.

GOKÚ- ¿Y ahora qué hago? ¿Cómo la rescataré? Si no sé volar ¡Ya sé...!

Corre rápidamente hacia la moto, subiendo a ella y tratando de encenderla imitando lo que hacía BULMA cuando la conducía.

GOKÚ- Veamos qué pasa, espero lograrlo.... Creo que ella hacía algo así.

La moto se mueve a lo que GOKÚ se alegra por lo sucedido.

GOKÚ- ¡Bravo, se mueve! Y ahora necesito que vaya más rápido... ¿qué es lo que tengo que hacer? Dios, no sé...

GOKÚ arranca más rápido alcanzando a BULMA y postrándose debajo de ella, hace un movimiento con la moto saltando con ella muy alto casi hasta alcanzar a la joven, GOKÚ trata de tomar su mano, pero no alcanza a llegar. La moto cae, pero GOKÚ salta de ella sacando su bastón el cual se extiende.

GOKÚ- ¡Vamos bastón mágico! ¡Voy para allá! ¡Vamos toma...! ¡Toma esto!

Al estirarse el bastón, éste golpea la cabeza del pterodáctilo, el cual grita y suelta a Bulma, ésta cae al igual que el dinosaurio.

BULMA- ¡Socorro...! ¡oh no...!

Gokú lanza su bastón hacia Bulma.

GOKÚ- Sostente del bastón

El pequeño cae de pie a la orilla de un acantilado, en donde se ve caer al animal en picada escuchándose el golpe al caer, mientras GOKÚ se asoma y lo ve en suelo.

Gokú- ¡Vaya de la que nos salvamos! habíamos quedado igual que él. Pobre pero fue su culpa.

De pronto se escucha la voz de BULMA, quien grita al encontrarse colgada del acantilado sostenida por el bastón de GOKÚ.

BULMA- ¡Auxilio...! ¡Gokú por favor ayúdame creo que estoy en un aprieto.

GOKÚ- ¡Claro, voy para allá...! (risas)

La siguiente escena sólo muestra a GOKÚ montado en la motocicleta con BULMA siguiendo su camino

dirigiéndose a las montañas en donde se ve el sol que se está ocultando.

NARRADOR- Aunque el viaje de Gokú y Bulma apenas comenzó, ya tuvieron su primera gran aventura, seguirán juntos en busca de las esferas del dragón y nadie sabe qué emocionantes aventuras les esperan.

Salida musical

Resumen general el fragmento final: El narrador indica la primera aventura de Gokú y Bulma. Se introduce un enemigo ocasional, ya que sólo se presenta en este capítulo y no es fundamental en la historia. Según las funciones planteadas por Propp Gokú es el héroe-buscador, ya que salva a la víctima (Bulma). El cierre del capítulo muestra un aspecto importante, dado que el narrador omnisciente que introduce a la historia es el mismo que finaliza, deja incógnitas al aire e invitando al espectador a seguir viendo el *anime*. La percepción del narrador omnisciente se presenta una vez más, considerando que al mismo tiempo que señala algunos aspectos que indican que sabe lo que pasará con los personajes, también implanta la duda de lo que sucederá e invita a descubrir junto con la audiencia lo que ocurrirá con los protagonistas.

Cultura: Los diálogos presentan elementos culturales representados a través de los comportamientos y los valores que los personajes expresan a través de la actitud de ayudar al prójimo de acuerdo a los estándares aprendidos por las instituciones, en el caso de Gokú es la familia, que estaría representada por su abuelo, esto es identificado por la audiencia, quienes en ocasiones buscan la muestra de valores, esto es señalado 21% de los encuestados, ya que como mencionan son aspectos que la mayoría de las animaciones japonesas resaltan, esto demuestra una búsqueda de elementos que reconocen y aceptan estándares ya establecidos.

Identidad: La forma en cómo se desarrolla Gokú, crea en el espectador una expectativa acerca de su personalidad, puesto que se aúna la fuerza física y la valentía al salvar a chica. Los espectadores llegan a ver en el personaje una especie de superhéroe, pero al mismo tiempo un

niño inquieto, lo cual puede crear una simpatía al sentir que dicho personaje llega a llenar sus expectativas para poder seguirlo a lo largo de la serie y al mismo tiempo puede llegar a crear empatía e imitar algunas acciones a través de performance, lo cual lleva a integrarlo en su forma de vida y por consiguiente en su identidad.

3.3.2. Análisis visual (imágenes)

3.3.2.1. Análisis del fragmento Introdutorio (FI)

Imágenes⁶¹ en comparación FI-1

Figura 1



Figura 2



Pintura tradicional China - Shanghai China

Presentación de los personajes principales FI

Figura 3



Figura 4



Figura 5



Figura 6



Arquitectura china- Casa tradicional

⁶¹ Imágenes del anime *Dragón Ball* propiedad de Akira Toriyama (figura 1,3,4 y 5)

Observaciones generales del fragmento del conflicto: En las imágenes se encuentra una similitud con la cultura china, por ejemplo: hay un gran parecido en el tipo de arquitectura, que se muestra en el FI-2, ya que tiende a ser más cuadrada y con las puntas encorvadas hacia arriba, como se muestra en la imagen 6. Por un lado, en la FI-1 se puede observar que en la pintura tradicional china y japonesa se usan casi los mismos tonos, colores, fríos y sepia, en el caso de las montañas, en la figura 2, se hace una comparación entre diversas pinturas que reflejen el mismo paisaje llegan a la conclusión que es una pintura tradicional china. Cabe recordar que en el *anime* nunca se menciona un lugar y un tiempo exacto por lo que sólo se basará en las imágenes para hacer un supuesto del lugar en el que se desarrolla la trama.

Es importante mencionar que hay una cierta similitud entre la cultura china y japonesa, tanto en sus arquitectura como en su cultura dando su propio toque, es así como las imágenes dan una pequeña muestra de cómo Japón sigue ligado a China, de la misma manera y como todo país llega a integrar y a influenciarse por los aspectos más relevantes de los países más cercanos, pero con un significado propio, claro es el ejemplo entre la influencia de Estados Unidos a México.

Por otro lado, el estilo de dibujo que utiliza Akira Toriyama (autor de *Dragon Ball*) es aún más sencillo que otros *animes*, tanto en los escenarios como en los personajes, en los cuales los ojos son más pequeños en el caso del niño y los ojos son más grandes en el caso de la chica. El estilo de dibujo es un tanto irreal, por lo que se relaciona ampliamente con el género fantástico, ya que aunque se acerca a la realidad los escenarios y personajes no los reproduce fielmente, sino que utiliza detalles y estilos fantásticos.

Cultura: En las imágenes del fragmento introductorio marcan aspectos muy importantes, sobre todo la similitud entre imágenes del *anime* y de pinturas, las cuales son de origen chino, de la misma manera que la comparación de la FI-2. En las imágenes del FI existe una comparación, se

halló que en China las montañas son lugares sagrados, ya que eran ideales para realizar cultos y actividades religiosas⁶². Lo mismo pasa al hallar semejanzas en las Imágenes en comparación FI-2, al encontrar la similitud en la arquitectura. Estos dos aspectos pueden ser tomados de dos maneras, por un lado, la audiencia llega a ver escenarios un tanto novedosos, ya que no están acostumbrados a ver ese tipo de escenarios en su contexto, por otro lado, se encuentran los *otakus*, quienes llegan a identificar dichos escenarios a partir de un conocimiento previo, lo cual lo coloca en un entendimiento más profundo acerca de lo que adquiere, en otras palabras, en un consumo cultural y al mismo tiempo integra en su lenguaje visual más elementos culturales que reconoce y asume como verdadero.

En resumen, no sólo se encuentra una representación de la cultura oriental, sino que inconscientemente se inserta un valor cultural que tienen tanto la pintura como la arquitectura, ya muestran sus creencias y su forma de vida que insertado en la cultura mexicana es un aspecto innovador y extraño que pueden darle un significado diferente a lo que ven dependiendo de los conocimientos previos.

Identidad: Tanto los escenarios como los personajes son un gancho para la mayoría de los jóvenes, ya que lo mostrado no sólo son imágenes, sino que detrás de ellas se encuentra un discurso que siempre bien acompañado de significados y códigos que muchos de los jóvenes decodifican y asimilan. Por medio de las figuras mostradas, los jóvenes integran elementos que a la larga identificaran como parte de la animación o incluso como parte de una cultura en particular, ésta última muchas veces son apropiadas por ellos y le dan un significado propio o conservan el ya establecido -

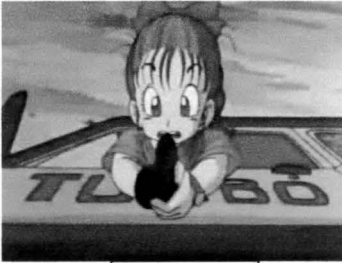
⁶² Los chinos buscaban un sentido mágico, religioso y estético en las montañas, por tal motivo muchos pueblos, tumbas y templos se sitúan a las orillas de las montañas en dicho país, por lo que es muy común ver pinturas de ellas en las casas y templos chinos.

Es importante mencionar la forma en cómo se presenten las imágenes es importante, ya que la audiencia desglosa y elige lo que les atrae y lo que no, al hacer esto no sólo lo aceptan, sino que muchas veces lo asimilan y lo retoman para la construcción de su identidad. En el caso de las imágenes mostradas en este fragmento introductorio existen diversos elementos que pueden adquirir para identificarse, en las figura 1 y 5 se encuentran elementos que los jóvenes pueden considerar innovadores, con respecto al contexto mexicano, mientras que en la figura 3 y 4 se hayan personajes con los cuales se pueden identificar los jóvenes, por su forma de vestir o su actitud, como muestra, se encuentran los jóvenes que realizan un *cosplay*, pero no sólo visten como un personaje en particular, sino que trata de imitar su comportamiento y su personalidad.

3.3.2.2. Análisis del fragmento del conflicto (FC)

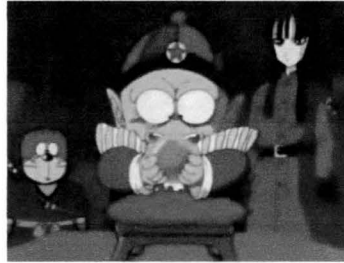
Imágenes⁶³ FC

Figura 7



Escena censurada

Figura 8



Imágenes en comparación FC-1

Figura 9

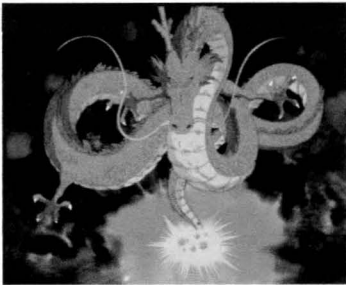


Figura 10



Dragón chino

Imágenes en comparación FC-2

Figura 11



Figura 12



Armadura samurái

⁶³ Imágenes del anime *Dragon Ball* propiedad de Akira Toriyama (figura 7,8,9 y 11)

Observaciones generales del fragmento del conflicto: En las imágenes mostradas en este fragmento se encuentran rasgos de diferentes culturas. En la figura 9 y 11 existen dos elementos interesantes. Primeramente, se aprecia un dragón que al compararlo con la figura 10 existe un gran parecido. En segundo lugar, en la figura 11 se aprecia que en el fondo hay una armadura tradicional de samurái que cuida una de las esferas, así como armaduras médiameles a los lados lo cual se presenta en la figura 12. Los elementos mágicos que se presentan en el FC determinan que el *Dragon Ball* pertenece al género fantástico, por lo que la trama dependerá muchas veces de ellos.

Cultura: En el aspecto cultural se aprecia el valor que tiene el dragón⁶⁴, presentado en la figura 9, ya que en el *anime* es uno de los elementos más representativos, tanto en el nombre de la serie como al considerarlo un dios en la animación. Asimismo, y como ya se mencionó, en las figuras que pertenecen al FC se observan diversos elementos culturales (FC-1 y el FC-2), que en los diálogos presentados en apartados anteriores completan la perspectiva de los aficionados, ya que la insertan a los dragones como seres divinos y benévolos, ya que el dragón que se presenta es de origen chino, lo cual se puede apreciar al hallar la mezcla de nueve animales distintos y se pueden diferenciar entre los dragones japoneses por el número de garras que tienen, mientras el japonés tiene sólo tres, el dragón chino por lo general tiene entre cuatro o cinco garras.

Por otra parte, al ver imágenes como en la figura 9 y 11 se aprecia una mezcla entre la cultura oriental (FC-1) y la cultura europea (FC-2), ya que se relacionan con seres o artefactos

⁶⁴ El dragón es un animal mitológico que se encuentra en diversas culturas de formas diferentes, en Oriente (Japón, China y Corea) son en su mayoría seres benévolos, mientras que en Europa por lo general son malévolos. En el Oriente próximo la figura del dragón, durante el 2000 a.C., simboliza el mal, mientras que oriente lejano, el dragón es parte de los cultos que se hacían y se siguen haciendo en países como China y Japón. El dragón típico de Oriente tiene cuernos de ciervo, cabeza de caballo, bigotes y cuello de serpiente, aunque no tienen alas pueden volar. Los dragones son seres nobles, como ya se mencionó, en China existe un dragón que cuida los cielos, que trae la lluvia, que controla los ríos y son símbolo imperial de dicho país. Mientras que en Japón son seres sabios, que ayudan, los dragones desde hace siglos han sido el emblema de la familia imperial de Japón.

ampliamente reconocidos en la sociedad. las armaduras de la figura 11 se pueden llegar a tomar como una representación de protección, por ejemplo, las armaduras medievales que se muestran en la figura 11 eran utilizadas para la protección del rey y en batallas, y la armadura samurái que se encuentra en el fondo de la misma imagen, sólo era utilizada en batallas importantes, es una armadura tradicional en Japón.

Así pues, por medio de las imágenes los aficionados mexicanos llegan a reconocer en la animación aspectos propios de la cultura asiática, específicamente de China, el conocimiento y la asimilación de estos puede guiar a los jóvenes a insertar más conocimientos de los que se muestran en primera instancia en el primer capítulo, puesto que los invita a seguir conociendo la cultura no sólo de Japón, sino de los países que se encuentra insertos a través de los escenarios o de los objetos.

Identidad: Los aspectos culturales que se mencionaron en el apartado anterior son elementos que identifican a los personajes y a la trama, como el dragón o la combinación de culturas, es una manera de identificar el tipo de valores, creencias y contexto que se encuentra el *anime* y al mismo tiempo los *otakus* introducen a su conocimiento elementos culturales ajenos a los de su país de origen, por lo que pueden llegar a introducirlo en la construcción de su identidad y mezclarlo con su cultura. Los aficionados al observar las imágenes y al asimilarlas integran en ellos un conocimiento que los llevan a proporcionar un significado diferente, porque, mientras que para algunos el dragón es sólo un ser fantástico, para otros es una deidad de suma importancia para un país. Así, los aficionados asimilan todos esos conocimientos, los cuales llegan manifestar por medio de una conversación o al estudiar sobre un tema en particular, al realizar esto manifiestan la forma en cómo forma parte de ellos y de su identidad.

3.3.2.3. Análisis del fragmento final (FF)

Imágenes⁶⁵ FF-1

Figura 13



Figura 14



Figura 15



Figura 16



Observaciones generales del fragmento del conflicto: El momento de la acción se lleva a cabo en el fragmento final, en donde se incluye un enemigo esporádico, que es el pterodáctilo, quien captura a Bulma. Lo anterior expone un mundo que sólo tiene explicación en la historia, ya que incluye elementos culturales y de temporalidad diferentes. Por otro lado, el cierre de la animación (figura 16) presenta un elemento con el que se inicia el capítulo, que son montañas, sólo que esta vez es un atardecer y no el amanecer como en el principio, que se podría interpretar como el término de un día y el cierre del capítulo.

⁶⁵ Imágenes del anime *Dragón Ball* propiedad de Akira Toriyama (figura 13, 14, 15 y 16)

Cultura: En las figuras exhibidas en el fragmento final presentan al protagonista y al antagonista esporádico los cuales son reconocidos por los aficionados, quienes identifican la función que cada uno de ellos y a partir de esto se crean un panorama de cómo se desarrollará el final del capítulo. En la figura 16 se aprecia una escena similar a la figura 1, pero el tipo de colores que se utilizan hacen referencia a un atardecer, que representa el fin de un día, y el camino que se observa entre las montañas que se interpreta como el inicio de un largo camino que acaba de comenzar. Los conocimientos establecidos y reconocidos por los aficionados son resultados los estándares integrados por las instituciones, por lo que los jóvenes decodifican todo lo que se les presenta, en este caso la función de los personajes o de los escenarios.

Identidad: La acción del protagonista al utilizar sus habilidades crea en el aficionado una curiosidad ante el personaje, puesto que ve en él un elemento atractivo que lo hará verlo en los siguientes capítulos. El *otaku* crea un vínculo entre el personaje quien es un niño ingenuo con gran fuerza que está a punto de comenzar sus aventuras, por lo que el espectador reforzará, por medio de las imágenes, el vínculo que está creando con el protagonista ya sea por empatía o por la simpatía.

3.4. Análisis al *anime Naruto* Capítulo 1 “Entra Naruto Uzumaki”

La serie de *Naruto* llegó a México por televisión de paga y poco después por televisión abierta, sin embargo el primer contacto fue por internet en su versión subtitulada que corrió a cargo de los *fansubs* en el 2007. Después de ser conocida tuvo gran impacto en los jóvenes, lo cual se vio reflejado en la convención llamada TNT, a finales de 2007, rebasando el número de asistentes que no pudieron acceder al evento y quienes vestían con *cosplay* de dicha serie.

Lo cierto es que la popularidad del *anime* se debió, en gran medida, a que fue conocida por tele de paga y abierta, sin embargo, su seguimiento hasta ahora no es por dichos medios, sino gracias al internet y a los DVD's piratas. La popularidad de dicha serie provocó un gran consumo de productos relacionados que eran adquiridos en lugares especializados, en centros comerciales, tiendas y hasta afuera de las escuelas, en donde vendían objetos alusivos a *Naruto*.

Naruto

Capítulo 1

“Entra Naruto Uzumaki”

Datos

Autor del *manga* y el *anime*: Masashi Kishimoto

Nombre original: *Naruto*

Basada en el *manga* del mismo nombre

Año en el que se publicó el *manga* en Japón: 1997

Estreno de *anime* en Japón: 2002

Estreno del *anime* en México: 2007

Total de capítulos hasta el momento (mayo 2012): 490

Género: *Shonen* (acción, aventura y fantasía)

Clasificación: 14+

Estudio de doblaje al español: Art Sound México (español de México)

Sinopsis de la serie

El *anime* se desarrolla en un lugar llamado la aldea de *Konoha*. Naruto, un joven de aproximadamente 12 años, desea ser el ninja más fuerte de su aldea, ya que desde que tiene memoria las personas que lo rodean lo han rechazado sin saber el porqué, por lo que quiere demostrar que puede ser mejor para convertirse algún día en Hokage, la máxima autoridad en su aldea. A pesar de que Naruto no tiene padres que se preocupen por él, siempre se le ve alegre y causando un sin fin de problemas y travesuras. El rechazo de la gente se debe a que en el interior

del joven se encuentra el demonio de nueve colas⁶⁶, el cual destruyó la aldea y mató a mucha gente años atrás, esa bestia fue sellada en el cuerpo de Naruto.

Así, la historia se desarrolla en torno al protagonista e inicia con la creación de equipos de tres integrantes y un *sensei*⁶⁷, para realizar misiones que les servirá como entrenamiento para subir de rango. El equipo de Naruto está conformado por Sakura, una joven temperamental, y Sasuke, un chico serio e inteligente. Ellos son dirigidos por su *sensei* Kakashi, quien es un tanto bromista, pero muy hábil e inteligente.

A lo largo de la historia se van descubriendo misterios, y se unen nuevos personajes que dan vida a nuevas historias. La gran popularidad del *anime Naruto* ha provocado secuelas y películas en donde los personajes van madurando y a la misión inicial de Naruto, de ser el mejor ninja, se aúna la idea de proteger a su aldea y rescatar a su mejor amigo: Sasuke.

Sinopsis capítulo 1

El capítulo inicia con la narración de uno de los personajes, Lord Hokage, quien cuenta parte de la historia de cómo el Zorro de nueve colas destruyó la aldea de Konoha 12 años atrás. El cuarto Hokage selló al demonio en el cuerpo de un bebé y doce años después dicho bebé lleva el nombre de Naruto, un chico hiperactivo que le gusta meterse en problemas.

La historia toma otro giro cuando Naruto reprueba el examen para volverse *chunnin*⁶⁸ por lo que se deprime, Mizuki, uno de sus *senseis*⁶⁹, él engaña al joven al decirle que hurte un pergamino sagrado y aprende una de las técnicas él podrá ser aprobado por su *sensei*. El joven cae en la trampa, pero su *sensei* Hiruka le demuestra a Naruto que lo que dice el otro *sensei* es mentira y el joven realiza la nueva técnica que aprendió del pergamino, con la cual derrota a

⁶⁶ Criatura basada en el zorro-demonio de nueve colas de la mitología china.

⁶⁷ Palabra japonesa que significa maestro.

⁶⁸ El primer rango de ninja

⁶⁹ Maestro en japonés

Mizuki y logra la aprobación de Hiruka y con lo cual inicia su vida como *chunnin* y el comienzo para cumplir su sueño.

3.4.1. Análisis oral (diálogos seleccionados)

3.4.1.1. Análisis del fragmento Introductorio (FI)

Fragmento introductorio Capítulo 1 Naruto (Versión doblada al español)
<p><i>La escena comienza con la imagen de la luna llena, se abre la toma y se ve un zorro gigante que mueve sus colas destruyendo todo lo que está a su alrededor, se escucha la voz de uno de los personajes, narrando lo que pasó años atrás.</i></p>
<p>LORD HOKAGE- Hace 12 años, un zorro de 9 colas apareció de repente, sus colas atacaban aplastando montañas y causando maremotos que impactaba las costas. Los ninjas se alzaron en defensa de su aldea (voz misteriosa)</p>
<p><i>Uno de los ninjas con sangre en la cabeza da órdenes a sus compañeros</i></p>
<p>NINJA 1- ¡Resistan el ataque y esperen al cuarto Hokage!</p>
<p><i>Se observan ninjas heridos, corriendo y saltando para salvar a su aldea</i></p>
<p>NINJA 2- ¡Se está acercando, no dejen que llegue a la aldea!</p>
<p><i>Se abre la toma apareciendo una rana gigante, quien se encuentra frente al zorro, encima de la rana se ven los pies de un ninja.</i></p>
<p>LORD HOKAGE- Un <i>shinobi</i> enfrentó al zorro de nueve colas en un combate mortal, él sacrificó su vida para capturar a la bestia y sellarla dentro de un cuerpo humano. Este ninja fue conocido como el cuarto Hokage</p>
<p><i>Se encuentran cara a cara las dos bestias gigantes, se puede ver la silueta del cuarto Hokage quien al hacer un movimiento de manos, la imagen se pierde en una luz brillante.</i></p>
<p><i>Aparece un símbolo que se coloca en el cuerpo de un bebe rubio, el cual llora sobre una almohada, rodeado con velas encendidas.</i></p>
<p><i>Off música</i></p>
<p><i>Aparece el título NARUTO</i></p>
<p><i>12 años después, un niño aparece corriendo y corriendo con un bote de pintura en la mano, mientras que unos ninjas corren y gritan detrás de él.</i></p>
<p>NINJA 3- ¡Naruto deja que te ponga las manos encima!</p>
<p>NINJA 4- ¡Te pasaste de ralla esta vez Naruto!</p>
<p>NARUTO- ¡Ya ríndanse, les da coraje que ustedes no tiene el valor de hacer lo que yo hago...! ¿Verdad...?</p>
<p>¡Perdedores, mediocres, nunca me atrapanan...! (risas)</p>
<p><i>Mientras hablan los personajes, se persiguen saltando por los techos de las casas. En el fondo se encuentran</i></p>

cuatro rostros de piedra en la montaña, los cuales están pintados.

NINJA 5- Lord Hokage, es una emergencia...

LORD HOKAGE- Espero que no me molesten con alguna queja, y no me digan que es Naruto de nuevo

NINJA 5- Es que es Naruto de nuevo, escaló hasta los grandes rostros de piedra.

NINJA 6- Y se atrevió a pintarrapear todo el Hokage.

Lord Hokage se limita a guardar silencio mientras que fuma su pipa.

Mientras tanto NARUTO sigue siendo perseguido por los ninjas, saltando y corriendo por la aldea. Pasan por una cerca, mientras que Naruto se camuflajea con esta, mientras se ríe. Sin embargo, su Sensei llamado HIRUKA lo descubre.

NARUTO- Eso fue muy fácil (*risas*)

Mientras su sensei aparece detrás de él.

HIRUKA- ¡¿a si Naruto?!

Grita mientras Naruto se exalta, cayendo al suelo

NARUTO- ¿De dónde saliste Hiruka sensei? ¿Qué estás haciendo aquí?

HIRUKA- No, ¿qué estás haciendo tú aquí? ¡Deberías estar en clase!

Resumen general del fragmento del introductorio: La narración es focalizada internamente y corre a cargo de uno de los personajes (Hokage), quien funge como narrador, ya que conoce la historia del zorro y lo que pasó años atrás con la aldea. La inclusión del zorro de nueve colas y de los ninjas⁷⁰ con poderes sobrenaturales son características fantásticas que son encontradas en este fragmento, por lo que el desarrollo de la historia de basará en los elementos y los personajes fantásticos, así como en su personalidad y en la forma en cómo se presentaron en su primera aparición.

Cultura: El zorro de nueve colas (mencionado por el Hokage) del anime es basado en el *kyubi no kitsune*, el cual es un ser mitológico de la cultura japonesa, que es respetado, ya que se considera un ser sabio que cuida las aldeas y los bosques, independientemente si el zorro tiene poderes mágicos o no, por lo que al comparar ambos personajes se encuentra una gran diferencia, por un

⁷⁰ Los ninjas o también llamados *shinobis* eran militares considerados mercenarios.

lado, el personaje de la animación es un ser malvado, mientras que el zorro en la cultura japonesa se considera bondadoso.

Los aficionados pueden llegar a ver al zorro de nueve colas⁷¹ como un ser fantástico que es importante para los japoneses, al hacer esto insertan en ellos un significado ajeno y que es asimilado por ellos. Por otra parte, para algunas otras personas el zorro puede significar sólo un personaje que pertenece a la historia sin dar mayor relevancia. Los *otakus* ven en el *anime* algo más que un producto, pues entienden de algún modo el valor cultural que existe en el producto que ven, puesto que al decodificar la información que le presenta al zorro o los ninjas ellos entienden que dichos personajes tienen un lugar y un tiempo específico en el que fueron creados.

Identidad: El protagonista de la serie es presentado ante la audiencia como un joven con una personalidad alegre y conflictiva, pero al mismo tiempo como un chico con problemas emocionales, lo cual puede ser un reflejo de lo que muchos aficionados son o sienten, según las respuestas de los encuestados, quienes encuentran en los personajes como Naruto una forma de representar sus emociones o sus inquietudes y si a esto se le añaden las habilidades extraordinarias y un tanto fantásticas que crea un personaje atractivo para los aficionados. Además, gran parte del comportamiento de Naruto, se debe a los diversos conflictos de su pasado. Jenkins menciona que la identidad se construye con base en las experiencias, en el caso de Naruto su identidad y su comportamiento se basan en aquellos acontecimientos que le ocurrieron a lo largo de su vida, es decir durante 12 años. Lo anterior en comparación con los aficionados se puede encontrar en su comportamiento, el cual se deberá a los sucesos que les han sucedido a lo largo de su vida y lo demuestran por medio de sus acciones y de su comportamiento con ellos y con los demás

⁷¹ Es un ser de la mitología japonesa, la palabra japonesa *kitsune* significa zorro, el cual es un animal muy importante en la cultura japonesa, la palabra *kitsune* se utiliza para nombrar al espíritu del bosque que protege las aldeas y los bosques. La mitología señala que el *kitsune* es un ser inteligente, se dice que a medida que va madurando, y es más sabio, aumenta su magia y con ello el número de colas, siendo el de 9 colas el más poderoso (que en japonés sería *kyubi no kitsune*)

3.4.1.2. Análisis del fragmento del conflicto (FC)

Fragmento del conflicto Capítulo I Naruto (Versión doblada al español)
<p><i>Tras reprobado el examen NARUTO es engañado por uno de sus sensei, llamado MIZUKI, el cual le dice que al aprender una técnica del pergamino sagrado puede pasar el examen para graduarse. NARUTO se encuentra en el bosque practicando. De la nada aparece HIRUKA, quien se sorprende al ver que estaba practicando, se da cuenta que MIZUKI le puso una trampa al joven. Son encontrados por MIZUKI, quien trata de poner a NARUTO en contra de HIRUKA al contarle que la gente y su sensei lo odian.</i></p>
<p>MIZUKI- El decreto es que nadie debe decir sobre el zorro de nueve colas que está dentro de ti. El espíritu del zorro que mató a los padres de Hiruka y destruyó la aldea.</p>
<p>¡Tú eres el zorro de nueve colas!</p>
<p>Todos lo han ocultado en secreto y te han ocultado cosas por toda tu vida.</p>
<p>¿No se te hace extraño que te traten como te tratan? como basura, como si te odieran sólo por estar vivo. Es por eso que nunca serás aceptado en esta aldea, hasta tu amado sensei te odia hasta las entrañas.</p>
<p>HIRUKA <i>trata de desmentirlo mientras recuerda lo que le dice el HOKAGE.</i></p>
<p>LORD HOKAGE- Hiruka, Naruto nunca tuvo una madre o un padre que se preocuparán por él, él ha sido marginado y no sabe por qué mucha gente no lo mira a los ojos.</p>
<p>¿Cómo te sentirías si te lo hicieran a ti, si te dieran a ti la espalda?</p>
<p>Es por eso que se mete en problemas, para que la gente lo note, tal vez no lo muestre, pero siempre está pensando en la familia que no tiene, está lastimado por dentro.</p>
<p>MIZUKI- ¡Muere Naruto!</p>
<p>HIRUKA- ¡Naruto agáchate!</p>
<p>NARUTO <i>es atacado por MIZUKI quien lanza un shuriken gigante (estrella de metal, con picos filosos), pero es protegido por HIRUKA, quien recibe el ataque. El joven se sorprende ante la acción de su sensei.</i></p>
<p>NARUTO- ¿Por qué?</p>
<p>HIRUKA- Porque somos iguales, cuando yo perdí a mis padres, nadie se preocupó por cuidarme, no tenían tiempo para mí, se les olvidó que estaba ahí, bajaron mis calificaciones, me convertí en el payaso de mi clase, sólo quería que me vieran y se supieran mi nombre. Mi trabajo en clase no era suficiente para llamar su atención, así que hice muchas locuras y luego tuve que pagar por ellas, fue muy duro.</p>
<p>Sé lo que se siente Naruto, mera soledad y te lastiman por dentro, yo pude haber hecho más por ti, te quedé mal, lo siento, nadie debería sufrir así, nadie debería de estar así de solo.</p>
<p>MIZUKI <i>los interrumpe y se ríe de ellos.</i></p>
<p>MIZUKI- ¡No me hagas reír! Hiruka siempre te odió, el huérfano porque el zorro de nueve colas mató a sus padres y esa bestia está dentro de ti. Él diría lo que fuera por quitarte el pergamino.</p>
<p>NARUTO <i>mira a su sensei y corre a lo profundo del bosque, mientras su sensei le grita para detenerlo.</i></p>
<p>HIRUKA- ¡Naruto! ¡Naruto...!</p>
<p>MIZUKI- Y tú sabes que cuando él decide algo nada lo hace cambiar. Él va a usar el pergamino para tomar</p>

venganza de la aldea. ¿Ya viste esa mirada en sus ojos?

Esos son los ojos de la bestia.

HIRUKA- ¡No...! ¡Naruto... no es así!

HIRUKA *se quita la shuriken de la espalda y se la lanza a MIZUKI quien se ríe y la esquiva.*

MIZUKI- Eres un chiste, tan pronto como elimine a Naruto y obtenga el pergamino volveré por ti.

HIRUKA *alcanza a NARUTO, pero él lo golpea, ya que se da cuenta que es MIZUKI transformado de su sensei, sin embargo él a su vez también es HIRUKA transformado de NARUTO, a lo que MIZUKI le reclama por proteger al joven que tiene el demonio que mató a sus padres y que es como una bestia que sólo quiere vengarse y destruir todo.*

HIRUKA- Él no es nada parecido a eso, Naruto es único, trabaja duro, pone todo su corazón en las cosas, claro, comete errores y exaspera en ocasiones, pero su sufrimiento lo hace más fuerte, eso es lo que lo hace diferente a una bestia...

Detrás de un árbol se encuentra el verdadero NARUTO escuchando todo y llorando, HIRUKA es atacado de nuevo, pero el joven lo defiende con la nueva técnica que aprendió, clonándose cientos de veces y venciendo a MIZUKI.

Resumen general del fragmento del conflicto: En este fragmento se hallan dos personajes que fungen como narradores y su focalización es interna, el Hokage ve desde su perspectiva algunos hechos y acciones. Hiruka narra hechos en donde él está involucrado, su narración lleva a una visión rápida de sus recuerdos, mejor conocido como *flashback*. Algunos de las funciones que pertenecen al cuento fantástico son detectados a lo largo de la trama, Naruto se convierte en héroe-víctima, ya que el desprecio de la gente lo volvió más fuerte, lo que provoca que quiera ser el mejor ninja para poder proteger la aldea en el futuro. Los sucesos mágicos, como las transformaciones y clonaciones son característicos del género fantástico.

Cultura: En el discurso que manejan los personajes se encuentra de nueva cuenta, la leyenda del zorro de nueve colas. Naruto vive en una aldea que está bajo órdenes secretas, lo cual representa toda aldea regida por ciertas normas. En el FC también se pueden encontrar valores, como la amistad y la honestidad, que tanto el héroe como su *sensei*, profesan a lo largo de este fragmento, aspectos culturales que son aprendidos y reproducidos. El rol cultural del *sensei* es parte de lo que

Naruto ha vivido, el vivir sin padres y aislado de los demás, Hiruka desempeña un papel importante en la vida del joven, no sólo como maestro, sino más bien como figura de autoridad, como un padre o hermano mayor.

Identidad: Naruto lleva un estigma⁷² que marcó su vida al ser rechazado y señalado por la gente de su aldea, dicho rechazo ha influido en su personalidad y de sus temores. Muchos de los jóvenes que están en plena construcción de su identidad sienten temor ante lo desconocido o ante las cosas que sienten que están en su contra, por lo que el protagonista es tomado por algunos de los aficionados como una representación de lo que ellos sienten como jóvenes y al mismo tiempo llegan a sentir la necesidad de querer parecerse a él, lo anterior se cumple al ver que el 17% de los encuestados señalan que ven los personajes vivencias similares, mientras que el 16% se identifican y el 10% les gustaría ser como el personaje. Los datos anteriores son una muestra de que algunos de los jóvenes sienten una cierta simpatía y empatía con Naruto, puesto que ven en él un personaje que no es perfecto, que sufre, que ríe y que al mismo tiempo trata de ser diferente y conseguir sus metas por medio de elementos increíbles, ya se mezclan aspectos fantásticos con características que los jóvenes identifican en su vida cotidiana: en la escuela, con sus amigos, con su familia, etc.

Cabe mencionar que una de las figuras de autoridad para el protagonista es su maestro, quien funge como figura paterna, por lo tanto tiene gran influencia en él y en sus acciones, de la misma manera muchos de los *otakus* ven en Hiruka a una figura de autoridad que en ellos es representado por sus padres o sus hermanos mayores, los cuales influyen en ellos y en su personalidad al compartir sus enseñanzas y experiencias.

⁷² Los griegos, Según Erving Goffman en su libro *Estigma: La identidad deteriorada*, crearon el término estigma para referirse a signos corporales con los cuales se intentaba exhibir algo malo y poco habitual en el status moral de quien los presentaba. En la actualidad, la palabra es ampliamente utilizada con un sentido bastante parecido al original, pero en ella se designa preferentemente al mal en sí mismo y no a sus manifestaciones corporales.

3.4.1.3. Análisis del fragmento final (FF)

Fragmento final Capítulo 1 <i>Naruto (Versión doblada al español)</i>
<p>NARUTO <i>al escuchar cómo su sensei lo defendía, el joven derrota a MUZUKI con la nueva técnica que aprendió del pergamino mientras HIRUKA queda sorprendido al ver que NARUTO derrota al enemigo con facilidad.</i></p> <p>NARUTO- Lo siento, creo que me dejé llevar. <i>(mientras ríe)</i> ¿Estás bien Hiruka sensei?</p> <p>HIRUKA - Si. Es sorprendente, quiere sobrepasar a todos los Hokage. Estoy empezando a creer que tal vez sí lo hará- <i>(pensamiento)</i> ¡Naruto ven un minuto! tengo algo que quiero darte.</p> <p><i>En la aldea LORD HOKAGE avisa a todos los ninjas que ya todo está bien.</i></p> <p>LORD HOKAGE- Ya no hay necesidad de preocuparnos. El pergamino está a salvo. Naruto lo regresará pronto</p> <p><i>En el bosque, bajo los primeros rayos del sol, HIRUKA y NARUTO siguen en el bosque.</i></p> <p>NARUTO- Sensei... ¿cuánto tiempo más?</p> <p>HIRUKA- Bueno, ya puedes abrir los ojos</p> <p>HIRUKA <i>le pide a Naruto que cierre los ojos, él se quita la banda de la cabeza y se la coloca diciéndole que esta graduado.</i></p> <p>HIRUKA- ¡Felicidades estás graduado! y para celebrar te tengo una sorpresa. Vamos a ir a comer rameen esta noche.</p> <p><i>El joven baja la mirada como si fuera a llorar de pronto abraza a su sensei mientras los dos se rien.</i></p> <p>NARUTO- ¡Hiruka sensei...!</p> <p>HIRUKA- Naruto, es tan sólo el comienzo, el camino será aún más difícil ahora que ya eres ninja, pero si te lo dijera ahora creo que se arruinaría el momento, así que te lo diré luego, comiendo rameen. <i>(pensamiento)</i></p>

Observaciones generales del fragmento del conflicto: El cierre del capítulo corre a cargo de uno de los personajes, quien funge como narrador con una perspectiva interna. Asimismo, Hiruka invita indirectamente a seguir viendo la animación en los siguientes capítulos. Según Propp, la acción del héroe (Naruto), quien encuentra o consigue lo que busca y se reúne con su familia, este caso Hiruka funge como un familiar, quien comparte el triunfo.

Cultura: La entrega de la banda es una representación de que el protagonista se ha graduado, lo cual provoca una satisfacción para Naruto, quien crea un valor más representativo cuando su *sensei* es el que le entrega la banda para convertirse en *chunin*, esto es una especie de ritual que es aprendido y reproducido a partir de situaciones o reglas ya establecidas en su entorno, en el *anime* es una tradición entregar una banda con el símbolo de la aldea. Para los aficionados el discurso del FF es decodificado como un ritual ante algo que se ha logrado, pues para ellos esto sería representado en su vida cotidiana como una prueba superada al aprobar grado en la escuela que los ayuda a pasar al siguiente nivel. Estos aprendizajes son patrones que han sido asimilados dentro de su contexto.

Identidad: La unión o el lazo que existe entre Naruto y Hiruka es una representación de la relación que pueden tener dos personas que comparten las mismas experiencias, y dichos personajes llegan a ser considerados como hermanos o como padre e hijo. Asimismo, la alegría de conseguir algo por lo que se ha luchado es reconocido como verdadero por los aficionados, ya que las personas siempre están en busca de una atribución o un reconocimiento de sus esfuerzos, ya sea en la escuela, con la familia, con los amigos o en el trabajo. Los *otakus* encuestados muestran mediante sus respuestas cómo el *anime* es incorporado en sus vidas no sólo por entretenerlos, sino porque encuentran en ellos aspectos que buscan para integrarlos o que son similares a sus vivencias.

3.4.2. Análisis visual (imágenes)

3.4.2.1. Análisis del fragmento Introdutorio (FI)

Imágenes⁷³ en comparación FI-1

Figura 17

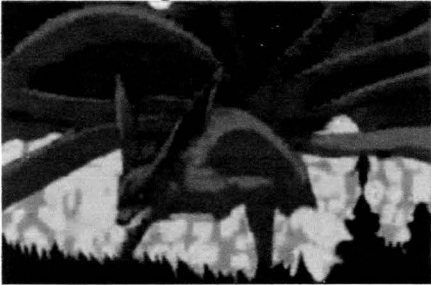


Figura 18



Presentación de personajes FI

Figura 19



Figura 20



Imágenes en comparación FI-2

Figura 21



Figura 22



Chouchin

⁷³ Imágenes del anime Naruto que pertenecen a Masashi Kishimoto (figura 17, 19, 20 y 21)

Observaciones generales del fragmento del conflicto: En la figura 17 se encuentra la imagen de un zorro gigante, dicho demonio se basa en el *kitsune* legendario de la cultura japonesa que es sagrado para ellos y que se compara con la figura 18. Además, el dinamismo, las risas y persecuciones con él se presentan al protagonista es importante crea un interés en el espectador y simpatía. Por otro lado, los colores son llamativos, tanto en el protagonista como en los escenarios que junto con los objetos hacen alusión a espacios reconocidos principalmente por los *otakus*, como el restaurant, las casas con una arquitectura similar a la japonesa, objetos como *chouchin*⁷⁴ (figura 22) que se muestra en la entrada del restaurant y la vestimenta de algunos personajes, aunque no se sepa con exactitud el espacio, en algunas escenas se ven postes y cables de luz. En el *anime* existen diversos símbolos que crea o utiliza Naruto y que hace alusión a su nombre, un ejemplo de ello son las espirales que usa el protagonista en la parte trasera de su chamarra, al igual que los símbolos que dibuja en los rostros de piedra.

Cultura: En la FI-1 se presenta una comparación entre el zorro del *anime* y el de la mitología japonesa, la cual señala que al *kyubi* (zorro) es un ser sagrado y el número de colas que tiene representa la sabiduría que va acumulando a lo largo de los años, siendo el de nueve colas el más poderoso llamado *kyubi no kitsune*. Por otro lado, en las imágenes de comparación FI-2 se halla un escenario peculiar ya que se compara con el de un restaurant de *ramen*. Los *otakus* ven en estas imágenes del FI que aunque no han tenido contacto con ellos los reconoce y asimila, por lo que crea un conocimiento y un vínculo ante lo que ve representado por medio de la animación, a partir de esto los aficionados crean un juicio para seguir un hilo que los llevará a conocer más sobre la cultura japonesa, ya sea en su idioma, en su música o en su vestimenta.

⁷⁴ Lámparas tradicionales de papel, que se usan en lugares típicos en Japón, como tiendas o restaurantes.

Identidad: Naruto presenta rasgos que lo hacen sobresalir de los demás personajes, se muestra un joven hiperactivo, que se la pasa metiéndose en problemas y haciendo travesuras. La presencia de este personaje se hace notar sobre todo por su aspecto, que es diferente a todos los demás personajes, tanto en su vestimenta llamativa como en su comportamiento, lo anterior indudablemente capta de inmediato la atención de los espectadores, quienes muchas veces empalizan con este tipo de propuesta, la cual integra elementos llamativos y fluidos. Los aficionados ven en Naruto un joven que viste y actúa como muchos de ellos, ya que no insertan un niño ni un adulto, sino a un joven adolescente con características llamativas como el ser ninja y se halla un estudiante con preocupaciones e inquietudes.

3.4.2.2. Análisis del fragmento del conflicto (FC)

Imágenes⁷⁵ FC-1

Figura 23



Figura 24



Imágenes FC-2

Figura 25



Figura 26



Imágenes FC-3

Figura 27



Figura 28



⁷⁵ Imágenes del anime Naruto que pertenecen a Masashi Kishimoto (figura 23, 24, 25, 26, 27 y 28)

Observaciones generales del fragmento del conflicto: Las imágenes seleccionadas en este FC representar diversos estados de ánimo y sentimientos. También representan las acciones y las consecuencias de los actos, es decir, el nudo en el capítulo por medio de imágenes. La habilidad de los personajes así como sus técnicas de pelea son un tanto fantásticas, ya que se utiliza armas de ninjas reales, pero exageran la proporción (como se ve en la figura 23). Hiruka es atacado por una estrella de metal llamada *shuriken*⁷⁶, cuyo tamaño real es de aproximadamente 15 cm, pero en el *anime* es casi del tamaño de una persona. A pesar del tamaño y del impacto que causó la *shuriken* al clavarse en la espalda Hiruka, éste sigue con vida soportando el dolor.

Cultura: Las imágenes del FC presentan patrones de conducta que son reconocidos por una enseñanza previa de las instituciones, por ejemplo si alguien llora se hace una alusión inmediata de que está tristeza (figura 26), así mismo pasa con la soledad (figura 24), la desesperación (figura 25) y el enojo (figura 27 y 28). Por otra parte, la figura 23 representa la protección de alguien querido a costa de la propia vida, esto es un valor de amistad y de cariño representado en esa imagen, cuyo valor es otorgado por la audiencia al ser reconocido.

Así pues, gran parte los encuestados reconocen muchas de las acciones y emociones que se presentan en las imágenes, lo cual provoca que inmediatamente compare situaciones que haya vivido y las asocia con lo que ve en ese momento ellos se darán cuenta que lo presentado en una animación japonesa son similares a muchos de los patrones de conducta que ha insertado en su estilo de vida, por lo que integrará en él aspectos culturales que sean más llamativos, puesto que los valores es una característica que los jóvenes encuestados buscan en el *anime*.

⁷⁶ *Shuriken* significa cuchilla detrás de la mano u hoja debajo de la manga, son estrellas de metal, con puntas afiladas.

Identidad: El conflicto de Naruto con respecto a quién es, y el porqué del rechazo de la gente, se ve representado en las imágenes, ya que se muestran diferentes tipos de sentimientos que tiene tanto el protagonista, como Hiruka, quien funge como figura paterna. En Naruto existe un conflicto existencial y se señala el porqué de su comportamiento rebelde, retador, problemático y alegre lo cual es consecuencia de la falta de familia y del rechazo de la aldea. Las personas de la aldea han rechazado al joven injustificadamente, por eso trata de meterse en problemas para llamar la atención de la gente y hacerse notar para no sentirse tan solo.

Los aficionados que se encuentran en plena construcción de su identidad crean una asimilación de las emociones y de los estados de ánimo que se presentan en *animés* como *Naruto*, ya que encuentran en elementos o significados que describen algún estado de ánimo que hayan pasado o en otros casos crean en ellos empatía hacia personajes con los cuales simpatizan, parte de los encuestados señalan que ven las animaciones un lazo que los une a los personajes, lo cual provoca que algunos otakus quieran parecerse o imitarlos.

3.4.2.3. Análisis del fragmento final (FF)

Imágenes⁷⁷ FF-1

Figura 29



Figura 30



Imágenes FF-2

Figura 31



Figura 32



Observaciones generales del fragmento del conflicto: Las imágenes plasman parte del cierre del capítulo, de la acción y de la situación de Naruto. Tanto el fragmento introductorio como el del conflicto desarrollan escenas que indican el anochecer (en el caso de FI), mientras que el final termina con el amanecer (figura 32), que podría representar el inicio de un nuevo día o el comienzo de algo nuevo.

⁷⁷ Imágenes del anime Naruto que pertenecen a Masashi Kishimoto (figura 29, 30, 31, y 32)

Cultura: En el FF la figura de autoridad es representada por el Hokage, ya que conoce todo de todos, su pasado y su presente. Los aficionados pueden hallar a la autoridad y la sabiduría representada por la gente mayor, puesto que acumulan su sabiduría y experiencia que transmiten a las demás generaciones, lo cual en la cultura mexicana se halla en los ancianos de los pueblos o etnias que aún existen. La percepción de los *otakus* ante lo que observan en las imágenes tiene como consecuencia ampliar su panorama acerca de contextos de culturas diferentes a las de México, por lo que integra y tal vez llegue a mezclar las ideas y algunos elementos culturales.

Identidad: La identidad del protagonista se ve rodeada por diversos elementos que conoce a lo largo del capítulo, y que al final adquiere conocimientos para volverse más fuerte. El esfuerzo de Naruto se ve recompensado al ser graduado como ninja y el reflejo de dicho esfuerzo es la banda que es colocada por su *sensei*, dicha banda representa parte de lo que es y de lo será en el futuro, en este caso él quiere ser el ninja más fuerte y convertirse en Hokage.

Por su lado, los aficionados encuentran en el FF, además de símbolos de sabiduría, emociones de alegría y de satisfacción que asimila al simpatizar o no con el protagonista, además de identificarse o querer parecerse con Naruto, lo cual lo demuestran con actitudes en lugares de reunión o al convivir en las instituciones.

3.5. Contraposición entre ambos *animés* (*Dragon Ball* y *Naruto*)

En relación con los *animés* analizados se centra en los protagonistas, ya que en ellos se encuentra la forma en cómo se desarrollara la historia a partir sus conflictos o vivencias con lo que gran parte de los aficionados crean o no un vínculo. A partir de lo anterior se puede realizar una contraposición entre ambos *animés*.

En primer lugar, el contexto en que fueron creadas ambas animaciones tienen una amplia diferencia: *Dragon Ball* fue creado como *manga* en 1984 y como *anime* en 1986, pero fue hasta mediados de los 90 cuando llegó a México en dicha década el *anime* comenzaba sobresalir de entre otras animaciones, ya que durante los años 70 y 80 se comenzó a integrar en la programación mexicana animaciones japonesas cuyas tramas se basaban en novelas clásicas, por lo que los escenarios hacían referencia a paisajes europeos, por ejemplo: *Heidi*⁷⁸, *Mujercitas*⁷⁹, *Candy Candy*⁸⁰, *La familia Robinson*⁸¹, entre otros.

Por consecuencia las animaciones que se presentaron en los años 90 rompían con “estereotipos” que la audiencia mexicana había creado sin saber aún con exactitud qué era el *anime*. Así, *Dragon Ball* presentó situaciones y aventuras en escenarios japoneses o chinos, por lo que la audiencia veía algo diferente en las animaciones que comenzaban a integrar en la programación y se creó una cierta inclinación hacia algunos títulos como el protagonizado por Son Gokú. La popularidad que obtuvo *Dragon Ball* incitó nuevos tipos de espectadores, cabe señalar que este *anime* marcó a dos generaciones, la primera ha seguido a dicha animación a través de la televisión de paga y recientemente por internet, mientras que la segunda generación se basa principalmente en el internet y series que adquieren en DVD.

Por su parte *Naruto* (el *manga* inició en 1997 y el *anime* en 2002) fue transmitido en México en un contexto en el que el *anime* ya estaba consolidado como un producto importante para la industria japonesa y reconocido en el entretenimiento mexicano, asimismo dicho *anime*, ha logrado sobresalir ante otras animaciones que han surgido en la actualidad, pero al haber sido de los pocos *animés* que fueron conocidos por medio de la televisión abierta y de paga crea en él

⁷⁸ En japonés *Arupusu no shojo Haiji*

⁷⁹ En japonés *Ai no wakakusa Monogatari*

⁸⁰ En japonés *Kyandi Kyandi*

⁸¹ En japonés *Kazoku Robinson hyōryūki fushigina shima no furōne*

un “ventaja” ante otras series japonesas, pues es de fácil acceso para los aficionados que no pueden acceder con facilidad al internet o a comprar animaciones, pero son estos medios los que son usados por los aficionados para poder seguir viendo *Naruto* hasta la actualidad.

Además de lo antes mencionado se debe de tomar en cuenta el contenido de las animaciones: por un lado, *Dragon Ball* presenta una historia “novedosa” en escenarios y trama que junto con el carisma y la “inocencia” del protagonista fue capaz de captar la atención de niños y jóvenes *otakus*. Por otro lado, *Naruto* presenta una trama que gira en torno a un joven adolescente con diferentes conflictos emocionales, con personalidad rebelde y alegre a la vez, por lo que la audiencia, en su mayoría **j.** y **j.a.**, llega a crear empatía hacia Naruto o con otros personajes de la serie, pues se muestra un personaje en situaciones que los jóvenes pueden reconocer como reales.

Ahora bien, en cuanto al discurso visual que se presentan en los dos *animés* se puede tomar en cuenta el contexto de su creación y las técnicas que cada autor utilizó, así como el tipo de audiencia al que se dirige, por una parte, *Dragon Ball* tiende a deformar un poco más los cuerpos de los personajes, haciéndolos no tan estéticos, con gráficas sencillas y sin muchos detalles, los colores son cálidos, es decir, rojizos, naranjas y blancos que se presentan en algunos puntos del capítulo, como la última escena, lo cual representa armonía; por su lado, *Naruto* tiene personajes un poco más estéticos, en comparación a *Dragon Ball*, las gráficas son más detalladas y los colores más brillantes y llamativos. El contraste entre ambas animaciones se puede deber al manejo de temáticas, pero sobre todo al contexto en el que fueron creadas, ya que se llevan por poco más de 10 años, tiempo en el cual se crearon nuevas técnicas de dibujo, pero sobre todo cuenta el estilo de cada personaje.

Finalmente, al contraponer el contexto en el que llegaron ambos *animés* a México: *Dragón Ball* llegó en un momento en el que la animación estadounidense era la más consumida,

además, se transmitió como parte de una estrategia para ganar *rating* a Tv Azteca. Asimismo, *Dragon Ball* era una serie que provocó el disgusto por parte de los padres de familia, quienes tachaban a dicho *anime* de violento e impúdico, lo cual causó diversas censuras en la televisión abierta, pero lejos de desanimar a la audiencia la incitó a la curiosidad y al seguimiento de dicho *anime* hasta la actualidad. Ahora bien, por su parte *Naruto* llegó en un momento en donde la animación japonesa era conocida por más aficionados, quienes siempre están en busca de títulos nuevos.

Ambas animaciones tienen en común que fueron conocidas por más personas gracias a la televisión abierta, lo que causó expectativa ante ellas, porque no es muy común que se presenten ese tipo de animación, es decir, con un corte de violencia e historias complejas en comparación con otras caricaturas que son más dirigidas al público infantil. Asimismo, el internet ha provocado la difusión masiva de los *animés* que no son conocidos o que no se han transmitido completas. Un punto importante de mencionar es que *Naruto* presenta temáticas más actuales, sobre todo al presentar los conflictos emocionales similares a los adolescentes, por lo que los jóvenes pueden crear una empatía hacia el protagonista.

Los aficionados encuestados ven en las animaciones japonesa aspectos que han logrado captar su atención, ya sea con historias sencillas pero con valores y aspectos culturales, como *Dragon Ball*, así como temáticas más complejas que incluyen conflictos emocionales, superación personal, valores y elementos culturales, como en el caso de *Naruto*.

3.6. Reflejo del *anime* en la identidad de los jóvenes mexicanos (*otakus*)

Los *animés* analizados fueron considerados por los jóvenes como los más relevantes en México. Al realizar en las encuestas preguntas abiertas, cada uno de los jóvenes plasmó su forma de pensar y su conocimiento acerca del *anime*. Esta información básicamente sirvió para saber que

los *otakus* adquieren el *anime* no sólo como un producto, sino como un bien cultural capaz de ser insertado para la construcción de su identidad.

Los *otakus* se forman con base en un entretenimiento de los medios de comunicación, en este caso la televisión y el internet, puesto que buscan algo que satisfaga su necesidad de consumir *anime*. Feixa menciona que los jóvenes adquieren elementos que los identifican o también buscan grupos en donde puedan integrarse. Algunos *animes* introducen personajes carismáticos que siguen un ideal para cumplir sus sueños o para ayudar al prójimo, asimismo, se encuentran temáticas creativas que pueden incluir desde robots con sentimientos propios o temáticas religiosas a todo esto se le aúna generalmente gráficas atractivas a la vista de los *otakus*, ya que por lo general los personajes tienen una perfección propia, es decir, que la concepción de belleza está ligada ampliamente a Japón, el cual trata que todo tenga una perfección estética no sólo en el dibujo, sino en sus tradiciones, en su arquitectura y en sus relatos lo cual asimilado muchas veces por los jóvenes, quienes entienden de algún modo lo que el *anime* trata de transmitir, sobre todo al no quedarse sólo con la animación, sino al investigar más sobre Japón y su contexto.

Los *otakus* llegan a ver en los personajes de *anime* los defectos y las virtudes que todo ser humano tiene y que muy pocas veces se muestran en los medios de entretenimiento animados, por ejemplo; algunas veces ven en un protagonista a alguien que es torpe o despistado, pero a pesar de eso no abandona sus ideales. Así pues, los *otakus* adoptan, en ocasiones, el comportamiento algún personaje. En observaciones hechas en convenciones, el comportamiento de los *otakus* se basa principalmente en el lenguaje y en ademanes propios de personajes en particular, este tipo de acciones se realizaban conscientemente por parte de los *cosplayer*, sin embargo, en lugares públicos estas acciones se tornan inconscientes al realizar gestos o movimientos similares a los personajes. Los jóvenes, como señala Canclini, se apropian del territorio y de su independencia

para la construcción de su identidad, en este caso sería la apropiación de su territorio como aficionado al *anime* y la independencia representada por la libertad de manifestar su afición.

Así pues, los *otakus* no sólo se apropian del *anime*, sino también de la cultura. En muchos casos los *otakus* investigan sobre lo que está detrás la serie que les gusta, y buscan la manera de involucrarse con la cultura japonesa, por ejemplo, al aprender el idioma, al practicar algún deporte o al dibujar estilo *manga*. Los jóvenes mexicanos al apropiarse de la información de las animaciones cambian el valor originar de lo que ven, por lo que convierten un consumo común y en un consumo cultural. El saber o tener conocimiento sobre aspectos en particular sobre el *anime* o de la cultura japonesa llevan a los *otakus* a adquirir conocimiento que muchas veces los incita a llevar algún tipo de actividad que forma parte de su vida cotidiana.

En México se ha adquirido el *anime* de manera particular, ya que como se mencionó uno de las mayores industrias del entretenimiento que se encuentran en este país es estadounidense, por lo que los jóvenes mexicanos al adquirir la animación japonesa muchas veces van en contra de lo ya establecido, pues la mayoría de las series japonesas que ven son adquiridas de manera ilegal (piratería) o por el internet. Además, el *anime* no sólo es considerado como entretenimiento, sino que incluyen elementos culturales, al insertar en él los estilos de vida de japoneses, el contexto, las ideologías, entre otras cosas, que los jóvenes en algunos casos aceptan y tratan de imitar, lo cual se ve reflejado en su forma de vestir, en las actividades o al conocer más de una cultura desconocida, pero atractiva y novedosa para ellos.

Algunos de los jóvenes encuestados se identifican directamente con sus personajes favoritos (61%), sobre todo si reflejan parte de las problemáticas que viven muchos de los jóvenes, como en el caso de Naruto, el cual es un chico con problemas comunes para un adolescente, es decir, la búsqueda de ser visto como alguien diferente o no sentirse desplazado por su mismo entorno. Por ejemplo, Ana Brambila, una de las encuestadas, menciona que se

identifica con Nana⁸² “[...] porque desde que vi esa serie fue el personaje que más se parece a mí, o cómo a mí me gustaría ser”. La joven encuestada se siente identificada, ya que encontró aspectos que le agradaron y que los percibe en ella, también halla en dicho personaje aspectos que le gustaría imitar o parecerse.

En conclusión, los jóvenes mexicanos construyen su identidad bajo los diversos elementos que las instituciones y su contexto en general les ofrecen, ellos toman y rechazan lo que más les conviene. Los jóvenes y las personas en general son la suma de todo lo que pueden llamar suyo, es decir, el sentido de pertenencia y de adquisición los hace sentir como parte de la sociedad o de un grupo en particular. A partir del análisis hecho a los *animés* seleccionados se puede ver un sentido de adquisición, tal vez no de algo material, pero sí a partir de los elementos que se muestra en la denotación y connotación, los jóvenes adquieren consciente o inconscientemente lo que ven, y en algunos casos crean una empatía o simpatía por los personajes. Así, una de las mayores inquietudes de los jóvenes es ser reconocido por los demás y por ellos mismos.

⁸² Personaje que lleva el mismo nombre del *anime*, de género shojo

CONCLUSIÓN

La presente tesis muestra cómo el *anime* puede llegar a ser un factor importante en la forma de vida y en la construcción de la identidad de los jóvenes mexicanos. A partir de la afición que gira en torno a la animación japonesa, algunos jóvenes se perciben, en muchos casos, como *otakus* o *frikis*, lo cual es una forma de sentirse diferentes ante otros grupos de su misma generación o de la sociedad en general, tal y como lo señala Carles Feixa, los jóvenes forman un vínculo, en este caso el *anime* o al llamarse *otaku*, para sentirse parte de un grupo y al mismo tiempo crear un vínculo de pertenencia ante algo en particular.

A lo largo de la tesis se observa cómo un producto de los medios, es decir el *anime*, puede causar un impacto en los jóvenes al apropiarse de valores, ideologías y elementos culturales que construyen parte de su identidad, a través del contenido argumentativo tanto oral como visual de la animación, esto se puede comprobar por medio de los dos *anime* que se eligieron a través de las encuestas realizadas a los jóvenes *otakus*, dichas encuestas lanzaban preguntas abiertas que permitieron observar qué tipo de información tenían los jóvenes que se hacían llamar *otakus*, así como su forma de ver el *anime*. Por medio de los conceptos que se manejaron a lo largo del presente trabajo se llevó a cabo el análisis, tanto de las encuestas, como de las animaciones, con el fin de encontrar características particulares que los jóvenes mexicanos adoptan y asimilan.

Por otro lado, las experiencias sociales de los jóvenes, según Feixa, se manifiestan colectivamente y se reflejan en los diferentes estilos de vida que se construyen principalmente en el tiempo libre o dentro de algún tipo de institución, como la escuela. Asimismo, las culturas juveniles son representadas a través de los espacios y tiempos específicos, es decir de lugares y épocas determinadas que los jóvenes modifican y adoptan como propias, a través de sus gustos e ideologías.

Como consecuencia, los espacios de ocio y el tiempo libre, en general, son elementos que caracterizan a los grupos juveniles. En los *otakus* el tiempo libre y los espacios de ocio se

presentan en convenciones y eventos que los mismos jóvenes construyen. El ambiente de dichos lugares gira en torno a los productos relacionados con la animación japonesa, los *mangas*, los videojuegos y la cultura oriental. Esto es, la mercancía que adquieren los jóvenes aficionados, lo cual es parte de esencial dentro de los grupos, por lo que se convierten en parte del consumo en las industrias, sin embargo, los *otakus* mexicanos al dar un valor diferente en relación a su contexto cultural y personal, también hacen una fusión entre ambas culturas, mexicana y japonesa, lo cual se manifiesta en las actividades que realizan, como el mezclar el español con el japonés o darle un sentido propio a la palabra *otaku* y al mismo tiempo convierten un consumo común en un consumo cultural.

Ahora bien, los medios de comunicación, como ya se sabe, llegan a ser importantes medios de difusión, ya que son ellos los que han dado a conocer la animación, no sólo en Japón, sino en todo el mundo. Los medios masivos junto con las industrias culturales ayudaron a que el *anime* se reprodujera para ser conocido por más personas, es en este punto en donde la creatividad se hace partícipe, ya que es fundamental, como señalan Piedras y Canclini, los productos como el *manga* y el *anime* llegan a tener éxito gracias a que se mantienen en el gusto de la gente por su contenido que va desde temas de amistad hasta conflictos religiosos o políticos.

Así, parte de los aspectos que conforman la animación japonesa es lo fantástico, la ciencia ficción y la realidad, la combinación de estos elementos conforman la popularidad de las animaciones, puesto que los jóvenes y el público en general tienen mayor opción para la adquisición de dichos productos.

En el análisis que se realizó a las animaciones *Naruto* y *Dragon Ball* se mostró cómo los elementos culturales, tanto visuales como orales, llegan a ser adquiridos de manera consciente e inconsciente. Dichas animaciones presentan aspectos de la cultura china y japonesa que se encuentran implícitos, ya que nunca se menciona el lugar y el tiempo específicos en el que se

desarrollan los capítulos, por lo que al analizar el tipo de discurso que se encuentra, se puede hallar elementos que directa o indirectamente influyen en los jóvenes, en este caso la empatía que se puede llegar a tener hacia los personajes. Asimismo, se encuentran elementos culturales tanto chinos como japoneses, por medio de seres fantásticos, como un dragón y un zorro de nueve colas que existen en los mitos y leyendas de dichos países orientales. Estos aspectos culturales al ser introducidos en una cultura ajena, como lo es México, capta en muchos casos la atención del público en general, en especial de los jóvenes, quienes siempre están en busca de cosas diferentes, es decir de productos novedoso. En las encuestas realizadas a los *otakus*, la gran mayoría de los jóvenes buscan animaciones que satisfagan sus necesidades, ya sea a través del género, de los personajes, de la trama o de los valores que transmiten. Cabe señalar que en el *anime* no sólo se muestra la cultura asiática, sino que muchos autores optan por mostrar la cultura de diversos países.

Incluso, en las animaciones analizadas, se percibieron dos argumentos que pueden llegar a ser de suma importancia para los jóvenes, que es la amistad y la superación personal, y se reafirma al ver que en las encuestas son aspectos que más mencionan. Lo cierto es que, muchos de los jóvenes señalan que se identifican con los personajes, por lo que se debe de tomar en cuenta que también se identifican con diversas acciones y la personalidad de los personajes, esto se puede confirmar en los *animés* analizados.

Se debe recordar, que la empatía que los *otakus* manifiestan por los personajes de animación es muy variada, pero a la vez similar, ya que como se muestra en el análisis de las animaciones y las encuestas, los personajes que los jóvenes elijen tienen como características principales su simpatía, valor, inteligencia y sobre todo lo llamativo de sus personalidades. Por otro lado, muchos de los conflictos que los personajes sufren a lo largo de las historias hacen que los jóvenes creen un vínculo entre ellos y muchos de ellos se identifican o se quieran parecer a

los personajes, esto se muestra ampliamente cuando los *otakus* adoptan la vestimenta o el lenguaje, en esta última Feixa señala que se crea un nuevo lenguaje al adoptar frases ya hechas, entonaciones o palabras, aspectos que se hallan en los aficionados, sobre todo en su espacio y con sus grupos, en dónde hablan de una manera en particular, como al mencionar una frase de alguna animación o al combinar el español con el japonés en una conversación.

Así pues, la hipótesis que se planteó para esta investigación, en términos generales, señala que los jóvenes mexicanos adquieren elementos culturales del *anime*, así pues, a través de lo visto a lo largo de la tesis se puede confirmar que la animación japonesa expone en la mayoría de sus títulos, elementos que muestran, principalmente, parte de la cultura japonesa a través de sus deidades, de sus tradiciones, de su forma de vida, de vestir, de sus escenarios, etc. Esta inclusión de elementos culturales son asimilados por los jóvenes mexicanos, quienes se apropian de ellos y los incluyen en su vida cotidiana, pero agregan en ellos su propio estilo, principalmente para sentirse parte del *anime*, que se puede considerar un bien cultural. Asimismo, los *otakus* forman grupos que se unen en torno a la animación con la misma idea de incorporarlo en su vida cotidiana y en su forma de ser, ya sea al adquirir los productos materiales, al realizar una actividad o al apropiarse de un comportamiento en particular.

Hay que tener en cuenta que los *otakus* encuentran en el *anime* un producto diferente, según ellos, ya que se les presenta una cultura extraña y desconocida a través de la animación. Argumentando lo antes dicho, Feixa menciona que los jóvenes quieren construirse como personas diferentes, por lo que adoptan los diversos estilos que se les ofrece y muchas veces forman un estilo propio, todo dependerá de su entorno (amigos, compañeros o familia) y de sus gustos (música, el dibujo, la pintura o los medios).

Ahora bien, los jóvenes mexicanos al auto llamarse *otakus*, adoptan una palabra que no era bien vista en el país de origen, pero en México ellos le dieron un nuevo sentido, ya que

utilizan dicha palabra para identificar a los aficionados del *anime*, lo mismo pasa con los eventos como convenciones o el *cosplay*, se le da un estilo propio que se adapte al contexto en el que se está realizando. “Soy todo un otaku, cuando una serie me gusta no la suelto, si bien hay ocasiones en las que hay series que solo veo una vez, existen otras en las que veo la serie varias veces y no paro de investigar si existe más sobre la serie”, respuesta de Cesar Martínez (encuestado).

Como cualquier grupo juvenil, los *otakus* tienen diferentes niveles, por así decirlo, con respecto a su afición, que va desde aquellos que se enajenan, los que su gusto es moderado y aquellos que son sólo curiosos ante el producto de moda. Esto último se ve a través de las encuestas, principalmente al ver que el 25% no sabía lo que era el *anime* a pesar de que se encontraban en una convención en relación a dicho tema, en algunos casos a pesar de no saber lo que era el *anime* contestaban que eran *otakus*, lo que podría interpretarse que ellos sólo se encuentran en ese sitio por curiosidad o tal vez porque les parece algo novedoso, es decir, como una moda pasajera. Algo parecido sucedió con algunos jóvenes que llevaban un *cosplay* puesto y no sabían el significado del mismo, al entablar conversación con ellos, mencionaban que lo hacían sólo por pagar menos en la entrada; mientras que otros mencionan que era bonito o que sus amigos los obligaron, por lo que esto lleva a la conclusión que dichos jóvenes sólo ven al *anime* como el tema de moda.

Con relación al contenido en el *anime* se puede ver reflejado el estilo de vida de los japoneses, al combinar la tradición y la tecnología, aunque cabe señalar que los japoneses adoptaron algunos aspectos de la cultura china, lo cual se puede ver reflejado a través de sus tradiciones, de su arquitectura, así como de su escritura. El éxito de los *animés* analizados se basa en el contexto en el que fueron creados y vistos, así como el contenido creativo que aunque no

tiene en algunos casos gran profundidad, logra ser parte del gusto de los que se consideran aficionados al *anime*, así como de las personas que se hacen llamar sólo espectadores.

Como ya se mencionó, las animaciones analizadas contienen elementos que llegan a ser creativos, ya que presentan aspectos que no son encontrados con facilidad en algún otro tipo animación, como la trama o el tipo de dibujo, asimismo, el *anime* contiene aspectos culturales y simbólicos que se pueden percibir directa o indirectamente; directa a través de los *otakus* que indagan todo sobre el *anime* que ven; e indirecta, para los espectadores que consumen el *anime* sin saber tal vez que el dragón que llevan en su mochila es chino, o que el Gokú que dibujan es uno de los personajes más apreciados en la cultura china. En algunos casos, y por medio de lo que se aprecia en observaciones personales, los jóvenes no aceptan su afición por miedo a la burla o al no ser comprendidos, por sus familiares y amigos. Los jóvenes mencionan en las encuestas que son llamados “ñoños” e “inmaduros”, por lo que prefieren sólo expresar su gusto con otros aficionados o en eventos, mientras que otros se expresan libremente.

Muchas veces los jóvenes no son comprendidos en su afición, esto no sólo se encuentra en México, sino también en Japón, lo cual se puede ver a través de parodias de *anime* o en series en donde se hablan de los aficionados al *anime* como en “*Otaku no video*”, en donde se mezcla la animación con entrevistas reales hechas a *otakus* que tienen una doble vida, el ser *otaku* y el ser un persona que pertenece al sector productivo, sus edades van desde los 30 a los 50 años.

Así pues, el *anime* se convierte indudablemente en parte del consumo cultural, ya que no sólo se consume el producto como tal, sino todo lo que conlleva dicho producto, como lo que trasmite, los valores, las costumbres y la cultura, ya que los jóvenes le dan un valor en particular. Asimismo, se pueden encontrar aspectos relevantes en la animación japonesa que no pasan desapercibidos por los jóvenes que adquieren este tipo de entretenimiento, ya que al mismo tiempo que consumen también asimilan elementos que ayudan a la construcción su identidad. Es

decir, que los jóvenes no sólo adquieren un producto, sino que le dan un nuevo valor al mismo, ya que no lo ven como mercancía, sino como un elemento que ayuda a construir parte de su identidad.

Ahora bien, los elementos culturales que se hallan por medio de la argumentación visual y oral, manejan valores, mitos (y leyendas) y la cultura oriental (como el espacio y el tiempo que no se menciona, pero se interpreta a través de las imágenes), los cuales son asimilados por la audiencia de manera consciente e inconsciente, ya que pueden tener conocimiento o no de lo que ven, como en el caso de la leyenda del Zorro de nueve colas (sólo por poner un ejemplo), en donde muchos de los *otakus* tenían conocimiento de dicha leyenda, algunos espectadores conocieron de ella al indagar en la historia, mientras que otros ignoran totalmente que esta leyenda realmente existe en Japón.

Las personas que adquieren o rechazan, ya sea algo material o simbólico, como menciona Feixa, los elementos que llegan a ser recordados o que marcan las generaciones de jóvenes, son los acontecimientos que giran en torno a ellos, es decir, sus ideales y el estilo que adopten o creen durante la etapa de la juventud. Se puede poner como ejemplo a un grupo en particular de jóvenes de los años 70 quienes vestían de una manera específica, lo cual los distinguía de los demás, escuchaban un sólo estilo de música y su ideología se relacionaba con la paz del mundo y el amor. Ahora bien, si se toma en cuenta a los jóvenes *otakus*, estos en su mayoría iniciaron en los años 90, su afición gira principalmente con el *anime*, los representa más que nada su forma de comportarse en los espacios de ocio, como las convenciones, y en su vida cotidiana.

Es así como, los *otakus* que se observaron en los espacios de ocio, como convenciones o puntos de reunión, llegan a tener un comportamiento similar a las animaciones japonesas, como ya se mencionó, esto se puede observar por medio de la actitud, de la forma de hablar y de la forma de vestir. Fuera de los espacios de ocio llega a ser menor la manifestación de la afición,

sin embargo, algunos de los jóvenes se expresan libremente manifestando que son *otakus*, por medio de su ropa, de algunas expresiones y sobre todo de su forma de vivir, ya que incluyen en su vida diaria algún aspecto del *anime* o de la cultura japonesa, tal y como se mencionan en las encuestas, ya que practican alguna actividad, un deporte o se reúnen con otros aficionados. Por lo que se puede decir que este tipo de comportamiento es producto del la afición al *anime* que muchos de los jóvenes tienen, ya que esto forma parte de su generación como grupo y por lo tanto de la construcción de su identidad.

Hay que tener en cuenta que por medio del *anime* los jóvenes reafirman otros gustos, algunos se inclinan por la moda japonesa como las Lolitas o el *cosplay*, mientras que otros se inclinan más las telenovelas orientales⁸³, a la música japonesa o a la cultura japonesa. Como consecuencia el *anime*, en algunos casos, pasa a segundo plano, sin embargo, muchos de los jóvenes conservan consiente e inconscientemente ademanes, formas de hablar, comportarse y de vivir esto se puede ver a través de las observaciones que se realizaron fuera y dentro de los espacios de ocio. Por otro lado, los jóvenes que no siguen un aspecto en particular del *anime*, y con base en observaciones propias, quedan en ellos algunos aspectos en particular, aunque nieguen que sigan con su afición, en algunos casos quedan en ellos algunos ademanes similares a los personajes, ya sea una expresión o movimientos.

Finalmente, se puede considerar que los objetos, amigos, gustos o aficiones que los jóvenes involucran a lo largo de su vida, sirven como experiencia que utilizarán como constructor de su identidad y que seguirán llevando a lo largo de su vida, tal vez no de la misma manera, puesto que los jóvenes pasan a otra etapa, en donde culmina la construcción de su identidad, es decir, ser adulto, esto no significa que olviden sus gustos, sino que incluyen en su vida cotidiana otro tipo de actividades, como el trabajo o el matrimonio (por poner algún ejemplo), por lo que

⁸³ Incluidas no sólo las japonesas, sino también telenovela de Corea o de China, que son conocidas como *doramas*

sus aficiones pueden pasar a segundo plano. Algunos de los jóvenes adultos (**j.m.**), mencionan precisamente este tipo de situación, señalando sus responsabilidades como prioridad, sin embargo, no olvidan los aspectos que marcaron su juventud (tomando en cuenta que la mayoría de los *otakus* tienen un rango de edad entre 20 y 29 años), en este caso el *anime*, ya que es algo que marcó su generación y su estilo de vida, no importa cómo se consideren, o se hayan considerado: *otakus*, *frikis* o sólo espectadores de la animación japonesa.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Conceptos

- Aguilar Medina José Í., Molinari M. (2008), *Adolescencia, Identidad y cultura*, Edit. INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia), México.
- Barbero, Jesús M. (1987), *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*, Edit. GG, México.
- Botton, Burlá Flora (1983), *Lo Juegos fantásticos*, Edit. UNAM, México.
- Calvino, Italo (2001), *Cuentos fantásticos del siglo XIX*, Edit. Siruela, España.
- Campitelli, Carlos A. (2011), *Una aproximación a la creatividad*, Edit. El azar y la novedad, Perú,
- Castells, Manuel (1999), *La era de la información: el poder de la identidad*, Edit. Siglo veintiuno, México.
- Ferrater, Mora J. (2004), *Diccionario de filosofía*, Edit. Ariel, Barcelona.
- Feixa, Carles (2006), *El reloj de arena cultura juveniles en México*, Edit. SEP, México.
- García Canclini N. (1995), *Consumidores y Ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*, Edit. Grijalbo, México.
- García Canclini, Piedras Ernesto (2005), *Las Industrias culturales y el desarrollo de México*, Edit. Siglo XXI, México.
- Giménez, Gilberto (2005), *Teoría y análisis de la cultura*, edit. CONACULTA.
- Giménez, Gilberto (2007), *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales, Colecciones intersecciones*, Edit. Consejo para la cultura y las artes, México.
- Goffman, Erving (2003), *Estigma: La identidad deteriorada*, Edit. Amorrortu, Buenos Aires/Madrid.
- Gracida Juárez Ysabel, Galindo A. (2005), *La argumentación: Acto de persuasión, convencimiento o demostración*, Edit. Edere, México.
- Hernandez, H. David (2009), *El impacto de la animación japonesa en México el papel del discurso mítico en la construcción de identidades ritualizadas en jóvenes de la ciudad de México*, INHA, México.
- Horkheimer, Max, Adorno T. (2006), *Dialéctica de la ilustración: Fragmentos filosóficos*, Edit. Trotta, Madrid.

- Levi-Strauss (1968), *Las estructuras elementales del parentesco*, Edit. Eudeba, Buenos Aires, Argentina.
- Martré, Gonzalo (2004), *La ciencia ficción en México*, IPN, México.
- Morley, David (1992), *Televisión, audiencia y estudios culturales*, Edit. Amorrortu, Argentina.
- Nateras Domínguez A. (2002), *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*, Edit Porrúa, México.
- Orozco, Guillermo (1994), *Televisión y producción significados (tres ensayos)* Guadalajara.
- Propp, Vladimir (1992), *Morfología del cuento*, Edit. Colofon, México.
- Rodríguez Pastoriza Francisco (2003), *Cultura y televisión: Una relación de conflictos*, Edit. Gedisa, Barcelona.
- Rojas, Emilio (2006), *Mitos, leyendas, cuentos, fabulas, apólogos, y parábolas*, Edit. Publishing house, México.
- Schnaider, Romina, Zarowsky M. (2005), *Comunicación para principiantes*, Edit. Era Naciente, Buenos Aires.
- Scholes Robert, Rabkin Eric S. (1982), *La ciencia ficción, historia, ciencia perspectiva*, Edit. Taurus, Madrid.
- Sunkel, Guillermo (2006), *Consumo cultural: El consumo cultural en América Latina*, Edit. Convenio Andrés Bello, Bogotá Colombia,
- Thompson, John B. (2002), *Ideología y cultura moderna, Edición Paidos*, México, UAM.
- Todorov, Tzvetan (1981), *Introducción a la literatura fantástica*, Edit. Pemía, México.
- Van Dijk, Teun A. (2000), *El discurso como estructura y proceso*, Edit. Gedisa, España.
- Walter, Benjamin (1973), *La obra de arte en su época de reproductibilidad técnica*, Edit. Itaca, Madrid.
- Wright, Ch. (1969), *Comunicación de masas*, Edit. PAIDOS, México.

Anime

- Anónimo del siglo XVI (2004), *El viaje al oeste*, traducción por Enrique P. Gatón e Imelda Huang-Wang Edit. Siruela, España.
- Báez, Rodríguez Francisco (1998), *Etcétera*, “Fantasías animadas”, No. 304, México D.F., noviembre.
- Cárdenas, Eduardo (2005), *ESTIKERS!*, “La historia del ¡anime!, No. 9, México D.F., febrero.
- Espino, Alejandra (2003), *Generación*, “Mujeres y manga”, No. 51, México D.F, año XV.
- Flores, José (2006), *Especial Conexión Manga*, “AKIBA-KEI VS OTAKU”, , México D.F, No. 8, abril.
- Gravett Paul (2004), *Manga sixty years of japanese comics*, Edit. HDi, New York.
- Koyoma-Richard Brigitte (2008), *Mil años de manga*, Edit Electa, Barcelona.
- Levrack, Jareth (2006), *Conexión Manga*, “Otaku de corazón”, No. 140, noviembre.
- Martínez, Carlos A. (2004), *Conexión Manga*, “Padres y otakus (La guerra de los niños)”, No. 102, México D.F., Noviembre.
- Moliné, Alfons, (2002), *El gran libro del manga*, Edit. Glénat, Barcelona.
- Quiauhtlazollin, Salvador (2003), *Etcétera*, “Las caricaturas no me hacen llorar”, No. 31, México D.F., mayo.
- Vázquez, Ceja Arturo (2004), *Conexión Manga*, “Para interpretar anime (Niños en el anime)”, No. 102, México D.F., Noviembre.

Documentales y Audiovisuales

- *Alta definición*, Canal proyecto 40 sábado 5 de febrero de 2011, Emisión 228
- *Alta definición*, Canal proyecto 40 sábado 2 de julio de 2011, Emisión 249
- *Dragón Ball*, Capítulo 1.
- *Explosión manga*, Producción: Isabel Lapuerta, Enrique Muñoz de Luna, Kirai Net
- Entrevista a Guillermo Orozco realizada para el CD/Libro Comunicación Digital: Competencias Profesionales y Desafíos Académicos de la Red ICOD.

- Historia del *manga* japonés, *Manga! Manga!*, Realizador Alejandro Vallejo, producido por Barcelona Media S.A.1990, DIGRAFIC
- Mundo *manga*
- *Manganime*, Director y producción Mario Suárez, Six Plus, Un proyecto de la Universidad Tecnológica de Perú
- *Naruto*, Capítulo 1,
- *Otaku no video* de Takeshi Mori 1991

Páginas de internet

- Página oficial del canal 22 <http://www.canal22.org.mx/anime/historia.html>
28 de enero de 2011
- Pagina de Centro de investigaciones en salud en Comitán <http://www.cisc.org.mx> 16
de febrero de 2011
- Página oficial de la ONU “La juventud y la naciones unidas
<http://www.un.org/esa/socdev/unyin/spanish/qanda.htm>
19 de febrero de 2011
- Página del Instituto de la juventud <http://www.jovenes.df.gob.mx>
16 de febrero de 2011
- Página oficial de Proyecto 40 <http://www.proyecto40.com.mx>
5 de febrero de 2011
- Red ICOD (Red Iberoamericana de comunicación digital)
<http://www.icod.ubi.pt/home.html>
5 de febrero de 2011
- Colegio Inglés de Talca-Luz Irene Lizana Barros
<http://lenguajecolegioinglestalca.files.wordpress.com/2011/05/guc3ada-viaje-mc3adtico1.pdf>
25 de enero de 2011
- Entrevista a Guillermo Orozco <http://redcomargentina.ning.com/video/guillermo-orozco-gomez>
- 25 de enero de 2011

GLOSARIO

Akiba-kei: Palabra que es utilizada para designar a los aficionados del *anime*, *manga*, videojuegos y tecnologías. El término *akiba-kei* es utilizado exclusivamente en Japón, ya que muchos de los jóvenes japoneses se comenzaron a reunir en el barrio de Akibajara, en donde se concentran todo tipo de comercios relacionados con el anime, manga y la tecnología.

Anime: Palabra que se refiere a la animación que se realiza en Japón.

Astroboy: Es el nombre que se le dio fuera de Japón a *Tetsuwan Atomu* obra de Osamu Tezuka.

Akira: Largometraje animado, basado en el *manga* del mismo nombre, que fue estrenado en 1988 de Katsuhiro Otomo.

Bishojo: La traducción literal significa “niña bonita”

Bishonen: La traducción literal significa “niño bonito”

Bunkaban: Es un formato de *manga* que consta de 380 páginas, las cuales son con portada a color, pero sus dibujos son en blanco y negro.

Comiket: Es una gran convención que se realiza en Japón. *Comiket* provienen de las palabras en inglés: “comic” y “marker” (mercado)

Cosplay: La palabra *cosplay* se divide en dos palabras “*costume*” y “*play*”, que literalmente significa “juego de disfraces”. El *cosplay* es una actividad en donde las personas imitan la forma de vestir de sus personajes favoritos.

Chōjūgiga: Son imágenes humorísticas de animales.

Doramas: Es una palabra japonesa que se utiliza para designar los melodramas japonesa, aunque actualmente se le llama de la misma manera a los melodramas de diversos países asiáticos.

Doujinshi: Son las mangas o historias no oficiales que son dibujadas y publicadas por aficionados. Los *doujinshis* son parodias de los *mangas* más populares y en ocasiones son historias originales.

Ecchi: Palabra japonesa que significa “pervertido” y proviene de la primera letra de la palabra *hentai*.

Ending: En el *anime* es el tema musical animado, en donde se encuentran los créditos al final de la animación japonesa.

Fanart: Son dibujos hechos por los aficionados que hacen alusión a animación o personaje en particular.

Fanfic: Son historias ficticias de alguna animación o serie que son creadas por los aficionados.

Fandub: Es el doblaje de diálogos o de las canciones de las series o animaciones, y corre a cargo de los aficionados, quienes no reciben ningún tipo de remuneración.

Fansub: Son los subtítulos que corren a cargo de los fans sin ningún tipo de remuneración

Fanservice: Se le llama así a las escenas en donde salen desnudos incompletos, o en donde se muestran escenas picarescas, como mostrar accidentalmente ropa interior.

Fanzine: Revista que se realiza, sin ánimos de lucro, se realiza con presupuesto escaso.

Friki: Proviene del término en inglés *freak* que significa extraño, anormal o diferente. Actualmente se utiliza para denominar a los aficionados de la ciencia ficción, videojuegos, *anime*, comics y de la fantasía, entre otros temas.

Gamer: Son las personas cuya afición gira en torno a los videojuegos o la tecnología.

Gore: Es un género en donde se muestra masacres combinadas con escenas de terror o suspenso.

Hentai: Es un género del *anime*, dirigido a los adultos, el cual se encuentran escenas con sexo explícito.

Jidaimono: Género de *anime* que gira en torno a acontecimientos históricos.

Kanzeban: Es un formato de *manga* que es considerado raro, por así decirlo, ya que son muy pocos los *mangas* que son editados de esta manera. Son dibujados a color, en papel de mayor calidad que el *manga bunkoban* o el *tankoban*, el tamaño es un poco más grande que otros formatos, en algunos casos están acompañados de estuches.

Kodomo: Género del *anime* que es dirigido a niños menores de 11 años, principalmente. La palabra *kodomo* significa literalmente “niño”.

Manga: Es el cómic o historieta estilo japonesa.

Mangaka: Artista o dibujante de *manga*.

Mecha: Género del *manga*, cuyas historias giran en torno a robots, que generalmente son gigantes.

Nanban: Soporte gráfico que surgió durante el periodo Edo, eran biombos ilustrados con forma estilizada que relataban la llegada a Japón de los portugueses, quienes estaban dibujados con grandes narices.

Opening: En el *anime* es la apertura musical animada.

Otaku: Fuera de Japón se denomina *otaku* a los aficionados del *anime*, la palabra es de origen japonés.

Ōtsu-e: Soporte gráfico que surgió durante el periodo Edo y se vendían en un lugar que lleva el mismo nombre. *Otsu* era un amuleto budista que contenía una especie de caricatura portátil a color.

OVA: Es la abreviatura de Original Video Animation. Los OVAS son animaciones que creadas exclusivamente para venta, ya que no son transmitidas en televisión.

Tobo-e: Imágenes al estilo del sacerdote Toba

Tankoban: Es un formato del *manga* que es más utilizado en Japón y más conocido fuera de su país. Cada tomo contiene un poco más de 200 páginas en blanco y negro.

Salariman: Género de *anime* que es vasado en temas de trabajadores u obreros con dramas de la vida cotidiana.

Shonen: Significa “joven”. Es un género del *anime* que es dirigido principalmente a jóvenes entre 15 a 25.

Seinen: Es un género que es principalmente enfocado al público adulto o maduro.

Sensei: Literalmente es maestro o profesor en japonés.

Shojo: Significa “chica”. Es un género del *anime* que es dirigido principalmente a mujeres.

Spoken: Género de *anime* que toca temas deportivos.

Super deformed: Es un estilo en el *anime* en donde se reduce en algunas escenas la estatura original de los personajes, y los rasgos faciales son más sencillos.

Yaoi: Género del *anime* en donde las historias gira en torno a las relaciones amorosas entre hombres.

Yukusas: Género de *anime* cuya historia gira en torno detectives y espionajes.

Yuri: Género del *anime* en donde la historia gira en torno a relaciones amorosas entre mujeres.

Zenga: Soporte gráfico que surgió durante el periodo Edo. Los *zengas* eran estampas de un sólo color que empleaban en la caricatura como ayuda para meditar.

ANEXOS

ANEXO GRÁFICAS

Gráficas, tablas y datos de las encuestas realizadas.

Edad:

> La edad servirá para conocer qué tipo de jóvenes consumen el *anime*, lo cual servirá para destacar quiénes son los que lo consumen más.

Resultado

Jóvenes	Encuestas	
j.	23	23/95
a.j.	60	60/95
j.m.	12	12/95

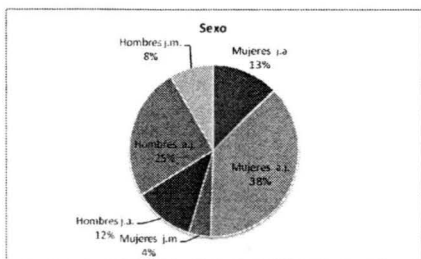


Se ha podido observar que la mayoría de los jóvenes que asisten a eventos como “La mole” o la “TNT” son del tipo **a.j.**, con un 63%, seguidas de un 24% de **j.** y un 13% de **j.m.** Estos datos son una pequeña muestra del tipo de joven que más gustan de la animación japonesa, en éste caso son jóvenes de 20 años.

Sexo:

> En presente apartado se encuentran los sexos de los encuestados, los cuales se utilizan puntualmente para analizar algunas respuestas, y para conocer el impacto o la preferencia de series, personajes o géneros en el *anime* tanto en mujeres como en hombres.

Jóvenes/ sexo	Encuestas	
Mujeres j.	12	12/95
Mujeres a.j.	36	36/95
Mujeres j.m.	04	04/95
Hombres j.	11	11/95
Hombres a.j.	24	24/95
Hombres j.m.	08	08/95



El mayor número de encuestados fueron mujeres a.j. con un 38%, seguidos de hombres a.j. con 25%, tal y como se muestra en la gráfica.

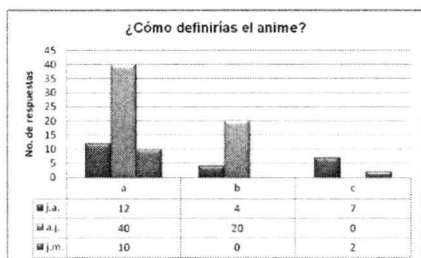
A continuación se presentan las preguntas con las que se conformaron las encuestas, asimismo, se da a conocer la finalidad de cada una, junto con la tabla y la gráfica correspondiente a los datos recolectados.

1. ¿Cómo definirías el anime? y ¿qué opinas de él?

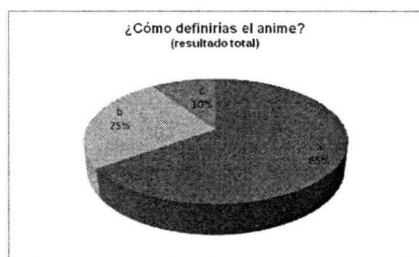
> Los jóvenes al definir el anime, tal y como ellos lo interpretan, dan a conocer parte de perspectiva ante este medio de entretenimiento, lo cual se muestra a continuación.

- ¿Cómo definirías el anime?

Gráfica 1A



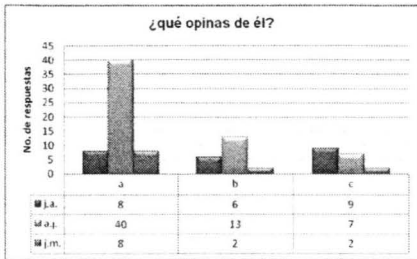
Gráfica 1B



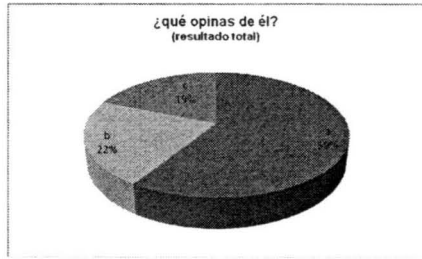
- Conocen el concepto de anime
- No definen anime
- Sin contestar

- y ¿qué opinas de él?

Gráfica 2A



Gráfica 2B



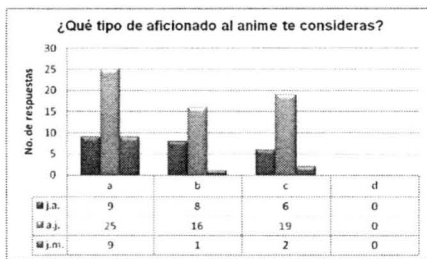
- Opinan del *anime* de una manera informada y amplia
- Opinan del *anime* de una manera superficial
- Sin contestar

2. ¿Qué tipo de aficionado al *anime* te consideras? y ¿por qué?

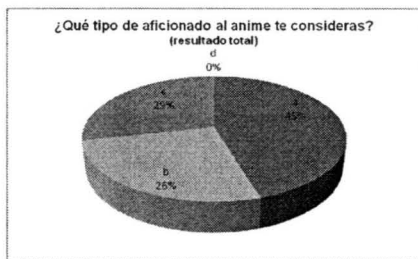
> Conocer la forma en cómo se perciben como aficionados, lo cual servirá en la cuestión de identidad.

- ¿Qué tipo de aficionado al *anime* te consideras?

Gráfica 1A



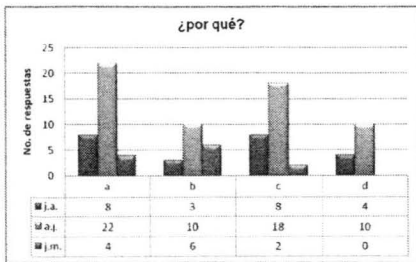
Gráfica 1B



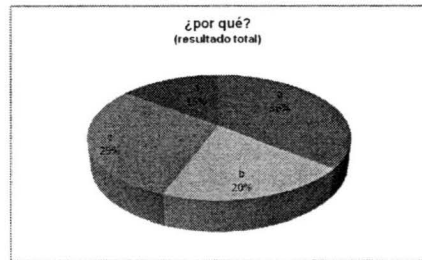
- Otaku*
- Friki*
- Aficionado
- Sin contestar

- Y ¿por qué?

Gráfica 2A



Gráfica 2A



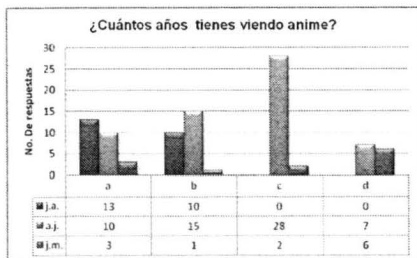
- Es un estilo de vida e investigan todo lo relacionado con el *anime*
- Investigan tanto el *anime* como la cultura japonesa en general
- Ven el *anime* sólo como un Hobby
- Sin contestar

3. ¿Cuántos años tienes viendo *anime*?

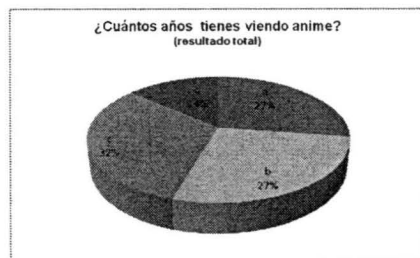
> Esta pregunta servirá para conocer si es reciente su afición y analizar si se ha vuelto más recurrente en los últimos años, por la cuestión del consumismo o no.

¿Cuántos años tienes viendo *anime*?

Gráfica 1A



Gráfica 1B



- a) 1-5 años
- b) 6-10 años
- c) 11-15 años
- d) 16 años en adelante

4. ¿Cuál es el *anime* que más te gusta? y ¿por qué?

> Sirve para identificar los tipos de *anime* que gustan más y conocer que tan trascendentes se han vuelto en los últimos 10 años.

- ¿Cuál es el *anime* que más te gusta?

Tabla 1

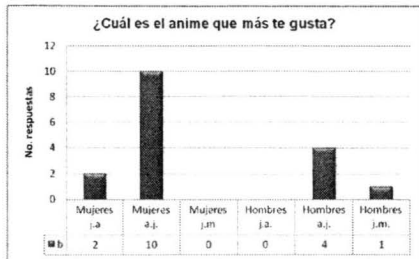
a) Contestaron		
Sexo / Jóvenes	<i>Anime</i>	
Mujeres j.	3 <i>Naruto</i> (<i>shonen</i>) 2 <i>Death Note</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Itazura no Kiss</i> (<i>shojo</i>) 1 <i>Kuroshitsuji</i> (<i>yuri</i>) 1 <i>Imuyasha</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Kenichii</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Junjou Romantica</i> (<i>yuri</i>)	10
Mujeres a.j.	3 <i>Naruto</i> (<i>shonen</i>) 3 <i>Gravitation</i> (<i>yuri</i>) 2 <i>Slayers</i> (<i>shonen</i>) 2 <i>Sailor moon</i> (<i>shojo</i>) 2 <i>Imuyasha</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>One piece</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Full Metal Panic</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>TRC</i> (<i>shojo</i>) 1 <i>Kenshin</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Hell girl</i> (<i>shojo</i>) 1 <i>Shiki</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Bleach</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Elfen Lief</i> (<i>seinen</i>) 1 <i>Toradora</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Host Club</i> (<i>shojo</i>) 1 <i>Lovely Complex</i> (<i>shojo</i>) 1 <i>Chobits</i> (<i>shojo</i>) 1 <i>Death note</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Nana</i> (<i>shojo</i>)	26
Mujeres j.m	1 <i>One piece</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Slamp Dunk</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Evangelion</i> (<i>mechas</i>) 1 <i>Saint seya</i> (<i>shonen</i>)	4
Hombres j.	2 <i>Full metal alchemist</i> (<i>shonen</i>) 2 <i>Naruto</i> (<i>shonen</i>) 1 <i>Fairy Tail</i> (<i>shonen</i>)	

	1 <i>One piece (shonen)</i> 1 <i>Doragon boru (shonen)</i> 1 <i>Soul Eater (shonen)</i> 1 <i>Evangelion (mechas)</i> 1 <i>Dath note (shonen)</i> 1 <i>Katekio hitman reborn! (shonen)</i> 11	
Hombres a.j.	3 <i>Death note (shonen)</i> 2 <i>School days (shonen)</i> 2 <i>Chobits (shojo)</i> 2 <i>Hellsing (shonen)</i> 2 <i>Bleach (shonen)</i> 2 <i>Doragon boru (shonen)</i> 1 <i>Naruto (shonen)</i> 1 <i>¡Yugi hoo! (shonen)</i> 1 <i>SCC (shojo)</i> 1 <i>Momins (kodomo)</i> 1 <i>Full metal alchemist (shonen)</i> 1 <i>Lovely complex (shojo)</i> 1 <i>Afuro Samurai (seinen)</i> 20	24/95
Hombres j.m.	2 <i>Saint Seya (shonen)</i> 1 <i>Love Hina (shonen)</i> 1 <i>Death Note (shonen)</i> 1 <i>Elfen lien (shonen)</i> 1 <i>Vampire Miyu (shonen)</i> 1 <i>K-on (shonen)</i> 7	08/95
	9 <i>Naruto (shonen)</i> 8 <i>Deat note (shonen)</i> 5 <i>Saint Seya (shonen)</i> 3 <i>Doragon boru (shonen)</i> 4 <i>Full metal alchemist (shonen)</i>	95/95

Tabla 2

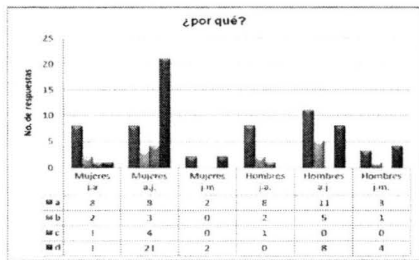
b) Sin contestar		
Jóvenes/ sexo	Encuestas	
Mujeres j.	2	12/95
Mujeres a.j.	10	36/95
Mujeres j.m	0	04/95
Hombres j.	0	11/95
Hombres a.j.	4	24/95
Hombres j.m.	1	08/95
	17	95/95

Gráfica 1

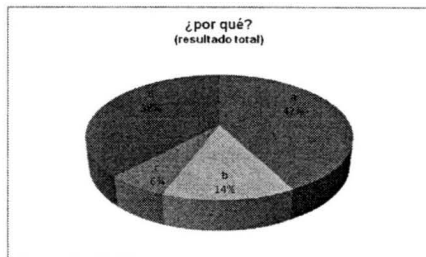


- a) Anime
- b) Sin contestar
- y ¿por qué?

Gráfica 2A



Gráfica 2B



- a) Por la trama y los valores que muestra
- b) Por las gráficas y el diseño de los personajes
- c) Fueron los primeros *animes* que vieron
- d) Sin contestar

5. ¿Cuál es el género de *anime* que más te gusta? y ¿por qué?

> Conocer cuáles son los géneros más populares entre los jóvenes, que servirá para relacionar la identidad y la construcción de la misma con los géneros que consumen.

- ¿Cuál es el género de *anime* que más te gusta?

a) Géneros

Tabla 1

a) Género		
Sexo / Jóvenes	Género	
Mujeres j.	5 <i>shonen</i> 3 <i>yaoi</i> 1 <i>gore</i> 1 <i>shojo</i> 10	12/95
Mujeres a.j.	12 <i>shojo</i> 8 <i>yaoi</i> 5 <i>shonen</i> 4 <i>gore</i> 1 todos 30	36/95
Mujeres j.m.	3 todos 1 <i>shojo</i> 4	04/95
Hombres j.	4 <i>shonen</i> 3 todos 1 <i>echi</i> 1 <i>shojo</i> 9	11/95
Hombres a.j.	7 <i>shonen</i> 3 <i>gore</i> 3 <i>echii</i> 3 todo 2 <i>shojo</i> 1 <i>Yuri</i> 19	24/95
Hombres j.m.	2 <i>shojo</i> 2 <i>shonen</i> 1 <i>gore</i> 1 <i>mecha</i> 1 <i>hentai</i> 7	08/95
	79	95/95

Tabla 2

A2) Género en total		
Jóvenes	Géneros	
j.	9 <i>shonen</i> 3 <i>yaoi</i> 2 <i>shojo</i> 1 <i>gore</i> 3 todos 1 <i>echii</i>	23/95
a.j.	12 <i>shonen</i> 8 <i>yaoi</i> 14 <i>shojo</i> 4 todos 3 <i>echii</i> 7 <i>gore</i> 1 <i>Yuri</i>	60/95
j.m.	1 <i>hentai</i> 1 <i>gore</i> 3 <i>shojo</i> 1 <i>mecha</i>	12/95

	2 <i>shonen</i> 3 todos	
	23 <i>shonen</i> 19 <i>shojo</i> 11 <i>yaoi</i> 1 <i>yuri</i> 1 <i>mecha</i> 1 <i>hentai</i> 4 <i>echii</i> 9 <i>gore</i> 10 todos	95/95

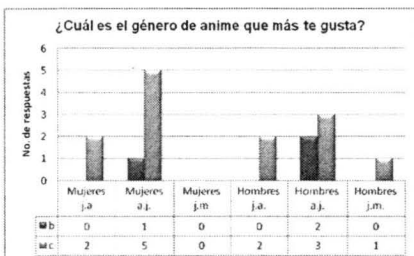
Tabla 3

b) No saben que géneros hay dentro en el <i>anime</i>		
Jóvenes/ sexo	Encuestas	
Mujeres j.	0	12/95
Mujeres a.j.	1	36/95
Mujeres j.m.	0	04/95
Hombres j.	0	11/95
Hombres a.j.	2	24/95
Hombres j.m.	0	08/95
	3	95/95

Tabla 4

c) Sin contesta		
Jóvenes/ sexo	Encuestas	
Mujeres j.a	2	12/95
Mujeres a.j.	5	36/95
Mujeres j.m	0	04/95
Hombres j.a.	2	11/95
Hombres a.j.	3	24/95
Hombres j.m.	1	08/95
	13	95/95

Gráfica 1

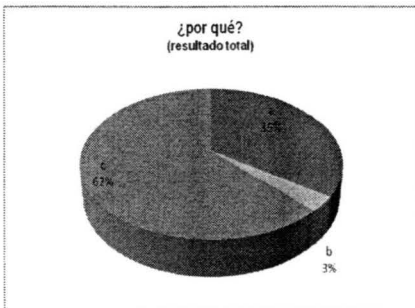


a) No saben que géneros hay dentro en el *anime*

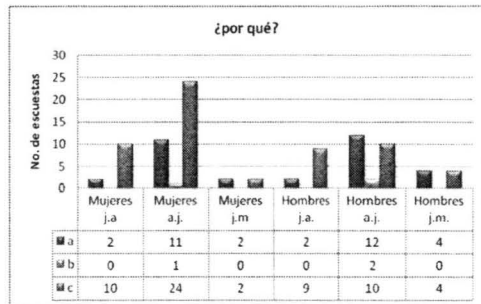
b) Sin contestar

- y ¿por qué?

Gráfica 2A



Gráfica 2B



- Por la trama y por la gran cantidad de temas
- Por el diseño de los personajes que se utilizan en cada género
- Sin contestar

6. ¿Qué personaje de *anime* es el que más te gusta? y ¿por qué?

> Conocer las características de los *animés* que más les gusta a los jóvenes

- ¿Qué personaje de *anime* es el que más te gusta?

Tabla 1

b) Contestaron		
Sexo / Jóvenes	Personaje de <i>anime</i>	
Mujeres j.a	3 L (<i>Death note - shonen</i>) 2 Sakura Haruno (<i>Naruto - shonen</i>) 2 Sebastian (<i>Kurojitsuji - yaoi</i>) 2 Itachi (<i>Naruto - shonen</i>) 1 Gara (<i>Naruto - shonen</i>) 1 Alois Trasy (<i>Kurojitsuji - yaoi</i>) 1 Misaki Ayuzawa (<i>Kaichou wa maid sama - shojo</i>) 12	12/95
Mujeres a.j.	5 Sakura Kinomoto (<i>CCS - shojo</i>) 4 Ciel (<i>Kurojitsuji - yaoi</i>) 3 Kagome (<i>Inuyasha - shonen</i>) 2 Sumomo (<i>Chobits - shojo</i>) 2 Sasuke (<i>Naruto - shonen</i>) 1 Itachi (<i>Naruto - shonen</i>) 1 Lucy (<i>Elfen lain - gore</i>) 1 Kenshin (<i>Rouroni Kenshin - shonen</i>) 1 Chii (<i>Chobits - shojo</i>) 1 Niko Robin (<i>One piece - shonen</i>)	36/95

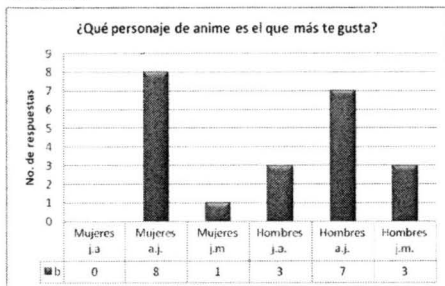
	1 Lina (<i>Slayers - shonen</i>) 1 Genjo Sanzo (<i>Saiyuki - shonen</i>) 1 Hajime Saito (<i>Rouroni Kenshin - shonen</i>) 1 Rorona Soro (<i>One piece - shonen</i>) 1 Shun (<i>Sain seya - shonen</i>) 1 Alukard (<i>Hellsing - shonen</i>) 1 Kasane Teto (<i>Utau - softaware sintetizador de voz</i>) 28	
Mujeres j.m	1 Kanda Yuu (<i>D.Gray-man, shonen</i>) 1 Hana Michi Sakuragi (<i>Slam dunk - shonen</i>) 1 Kamui (<i>X CLAMP - shojo</i>) 3	04/95
Hombres j.a.	2 Itachi (<i>Naruto - shonen</i>) 1 Sanji (<i>One piece - shonen</i>) 1 Roseto (<i>Chrono crusade - shonen</i>) 1 Vegeta (<i>Doragon boru - shonen</i>) 1 L (<i>Death note - shonen</i>) 1 Naruto (<i>Naruto - shonen</i>) 1 Itachi (<i>Naruto - shonen</i>) 8	11/95
Hombres a.j.	3 Yagami Light (<i>Death Note - shonen</i>) 2 L (<i>Death Note - shonen</i>) 1 Sumomo (<i>Chobits - shojo</i>) 1 Mowori Modoka (<i>Tenjho Tenge - shonen</i>) 1 Koisumi Risa (<i>Lovely complex - shojo</i>) 1 Lucy (<i>Elfen lain - gore</i>) 1 Ciel (<i>Kurojitsuji - yaoi</i>) 1 Naruto (<i>Naruto - shonen</i>) 1 Moka (<i>Rozario to Banpaia - shonen, harem, ecchi</i>) 1 Edward (<i>Full Metal alchemist - shonen</i>) 1 Honey Sempai (<i>Oran Koko Hosuto Kurabu - shojo</i>) 1 Ginlo (<i>Mushishi - seinen, shonen</i>) 1 Pikachu (<i>Pokemon - kodomo</i>) 1 Kurono Kei (<i>Gantz - Gantsu - seinen</i>) 17	24/95
Hombres j.m.	1 Naru (<i>Love hina, shonen - harem</i>) 1 Goku (<i>Doragon Boru - shonen</i>) 1 Shiru (<i>Sain seya - shonen</i>) 1 Seya (<i>Sain seya - shonen</i>) 1 Mugi chan (<i>Keion! -K-on! - seinen</i>) 5	08/95
	73	95/95

b) Sin contestar

Tabla 2

b) Sin contestar		
Jóvenes/ sexo	Encuestas	
Mujeres j.	0	12/95
Mujeres a.j.	8	36/95
Mujeres j.m	1	04/95
Hombres j.	3	11/95
Hombres a.j.	7	24/95
Hombres j.m.	3	08/95
	22	95/95

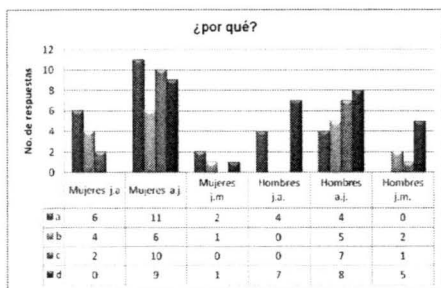
Gráfica 1



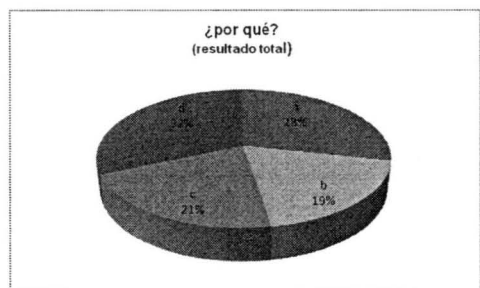
b) Sin contestar

- y ¿por qué?

Gráfica 2A



Gráfica 2B



- a) Por el carisma del personaje.
- b) Por las características físicas del personaje
- c) Por los valores que trasmite el personaje
- d) Sin contestar

7. ¿Cuál es el *anime* más popular según tú? y ¿por qué?

> Conocer las características del *anime* más popular entre los jóvenes según ellos, relacionándolo con el consumo.

¿Cuál es el *anime* más popular según tú?

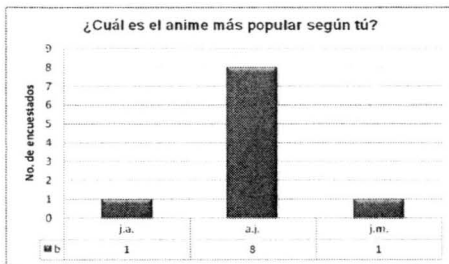
Tabla 1

a) <i>Anime</i> más popular		
Jóvenes	<i>Animes</i>	
j.a.	9 <i>Naruto (shonen)</i> 7 <i>Doragon Boru (shonen)</i> 2 <i>Saint Seya (shonen)</i> 1 <i>Kuroshitsuji (yaoi)</i> 2 <i>One piece (shonen)</i> 1 <i>Astro Boy (mechas)</i> 22	23/95
a.j.	23 <i>Naruto (shonen)</i> 16 <i>Doragon Boru (shonen)</i> 8 <i>Saint Seya (shonen)</i> 1 <i>Haruhi Suzumiga (shonen)</i> 1 <i>One Piece (shonen)</i> 1 <i>Kuroshitsuji (yaoi)</i> 1 <i>Pokemon (kodomo)</i> 1 <i>Bleach (shonen)</i> 52	60/95
j.m.	3 <i>Naruto (shonen)</i> 5 <i>Doragon Boru (shonen)</i> 2 <i>Saint Seya (shonen)</i> 1 <i>One piece (shonen)</i> 11	12/95
	35 <i>Naruto (shonen)</i> 28 <i>Doragon Boru (shonen)</i> 12 <i>Saint Seya (shonen)</i> 4 <i>One piece (shonen)</i> 2 <i>Kuroshitsuji (yaoi)</i> 1 <i>Haruhi Suzumiga (shonen)</i> 1 <i>Astro Boy (mechas)</i> 1 <i>Bleach (shonen)</i> 1 <i>Pokemon (kodomo)</i> 85	95/95

Tabla 2

a) Sin contestar		
Jóvenes	Sin contestar	
j.a.	1	23/95
a.j.	8	60/95
j.m.	1	12/95
	10	95/95

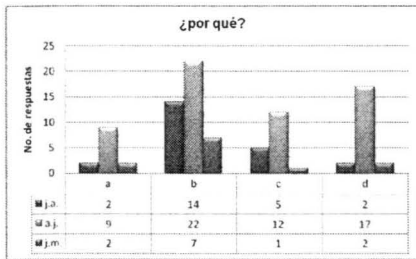
Gráfica 1A



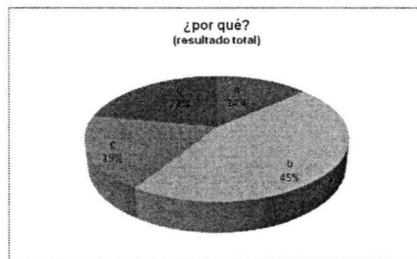
- a) Anime más popular
- b) Sin contestar

▪ y ¿por qué?

Gráfica 2A



Gráfica 2B



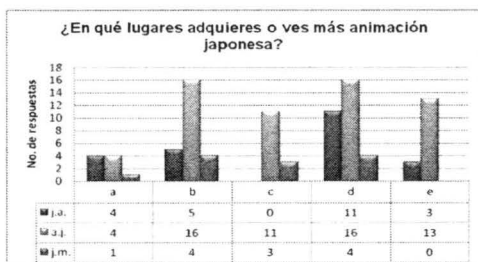
- a) Porque es entretenido
- b) Porque se transmitió en televisión abierta y esto creó una popularidad entre el público
- c) Por la mercadotecnia que se utiliza en algunos *animes* en específico
- d) Sin contestar

8. ¿En qué lugares adquieres o ves más animación japonesa? y ¿por qué?

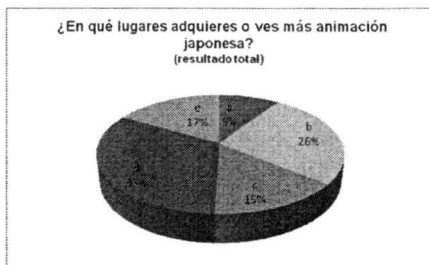
> En cuestión de consumo esta pregunta sirve para saber los lugares en dónde los aficionados adquieran más el *anime* para relacionar las respuestas con los conceptos de industrias culturales o reproductibilidad técnica, ver si hay relación o no.

¿En qué lugares adquieres o ves más animación japonesa?

Gráfica 1A



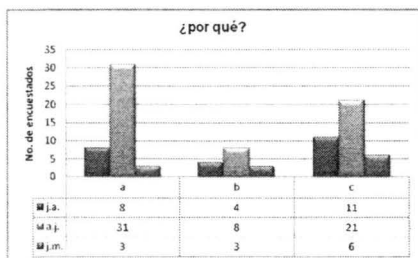
Gráfica 1B



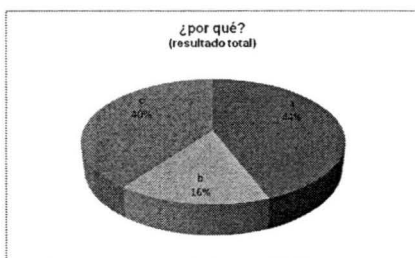
- a) Convecciones de *anime*
- b) En lugares especializados
- c) En televisión abierta
- d) En internet
- e) Sin contestar

¿Por qué?

Gráfica 2A



Gráfica 2B



- a) Es de fácil acceso
- b) Es económico
- c) Sin contestar

9. ¿Realizas actividades relacionadas con el *anime* o la cultura japonesa?

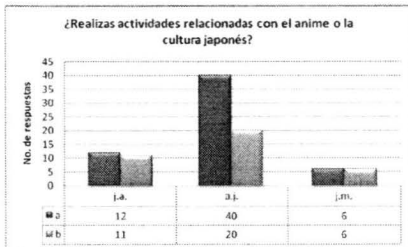
- Sí
- b) No

y ¿por qué?

> Con base en esta pregunta se relacionará las respuestas con el concepto de identidad y cultura, en las actividades que desempeñan en torno al *anime*.

- ¿Realizas actividades relacionadas con el *anime* o la cultura japonesa?

Gráfica 1A



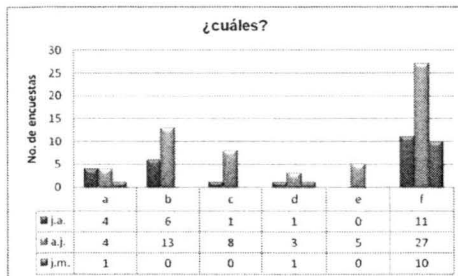
Gráfica 1B



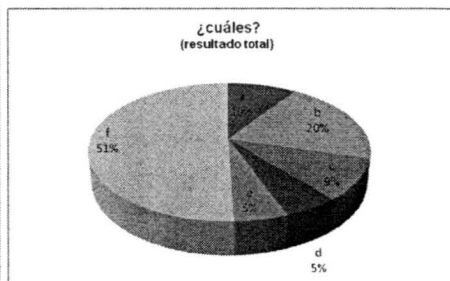
- a) Sí
- b) No

- ¿cuáles?

Gráfica 2A



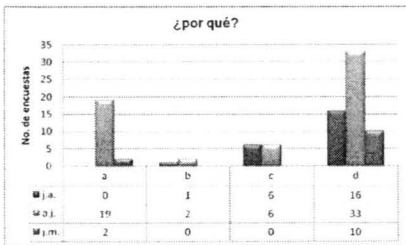
Gráfica 2B



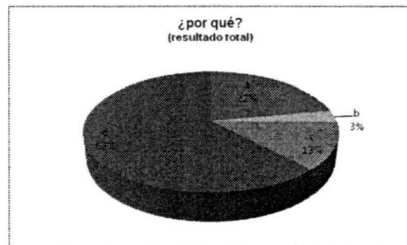
- a) Asistiendo a convenciones
- b) Realizando cosplay
- c) Estudiando japonés
- d) Dibujar estilo *manga*
- e) Estudiando la historia de Japón
- f) Sin contestar

▪ y ¿por qué?

Gráfica 3A



Gráfica 3B



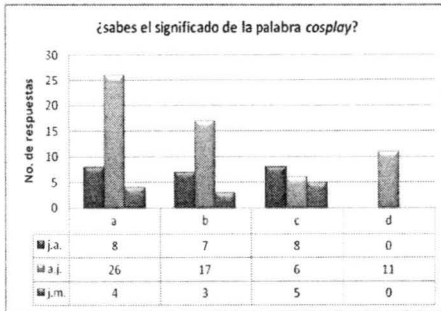
- a) Porque es un medio de expresión, que lo quieren incorporar en su vida.
- b) Conocer la cultura japonesa
- c) Representa sólo un hobby, parte de su diversión
- d) Sin contestar

10. ¿sabes el significado de la palabra *cosplay*?

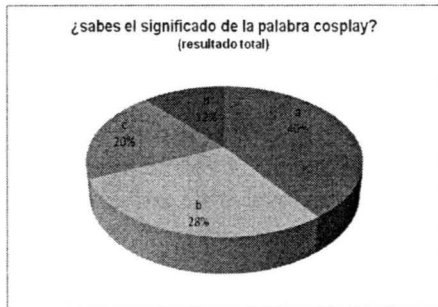
> Saber si realmente saben todo lo que implica hacer *cosplay* y su origen.

- ¿sabes el significado de la palabra *cosplay*?

Gráfica 1A



Gráfica 1B



- a) Saben lo que significa la palabra y lo que implica hacer *cosplay*
- b) Tienen una idea del significado de la palabra *cosplay*
- c) No saben que significa *cosplay*
- d) Sin contestar

11. ¿Has hecho alguna vez *cosplay*?

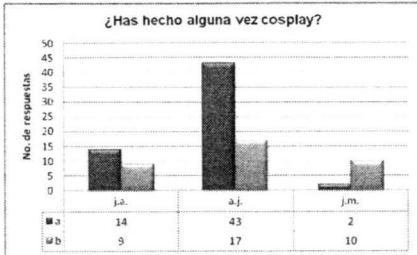
- Sí
- b) No

y ¿por qué?

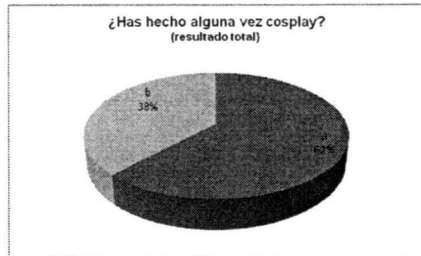
> Conocer qué tan popular es esta actividad entre los jóvenes y por qué motivo lo realizan, si es realmente una moda o es porque se identifican con los personajes.

- ¿Has hecho alguna vez *cosplay*?

Gráfica 1A

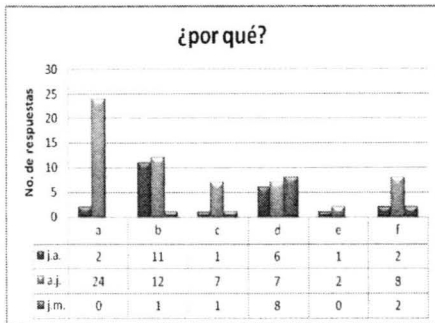


Gráfica 1B

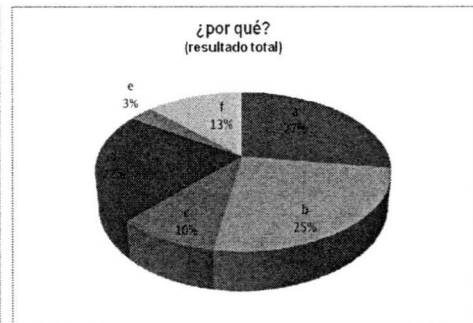


- a) Sí
- b) No
- y ¿por qué?

Gráfica 2A



Gráfica 2B



- a) Se identifican con los personajes (respondieron, sí)
- b) Es interesante ponerse disfrazar (respondieron, sí)
- c) Sin contestar
- d) No les llama la atención *cosplayarse* (respondieron no)
- e) No llegarían a extremos tales como *cosplayarse* (respondieron no)
- f) Sin contestar

12. ¿Te identificas con algún personaje de *anime*?

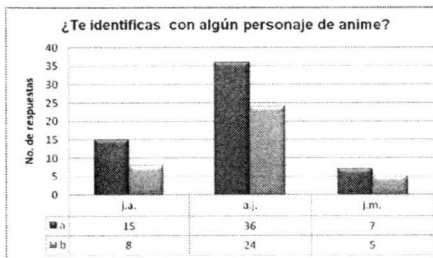
- Sí
- b) No

y ¿por qué?

> En cuestión de identidad esta pregunta servirá para ver qué tipo de personajes son con los que se identifican más y el estereotipo más popular entre los jóvenes.

¿Te identificas con algún personaje de *anime*?

Gráfica 1A

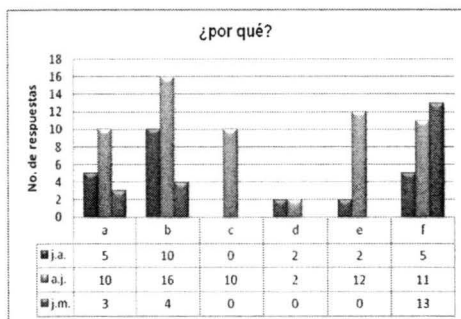


Gráfica 1B

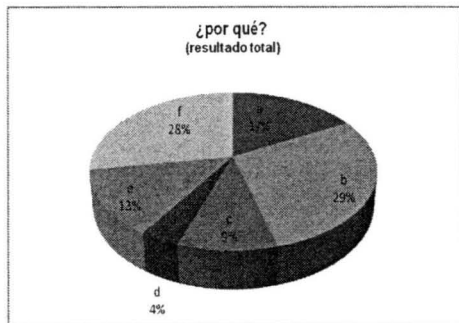


- a) Sí
- b) No
- y ¿por qué?

Gráfica 2A



Gráfica 2B



- a) Las vivencias son similares (respondieron que sí)
- b) El personaje tiene características psicológicas similares (respondieron que sí)
- c) Sin contestar
- d) No les llama la atención ningún personaje (respondieron que no)
- e) Es un poco extremista identificarse con algún personaje (respondieron que no)
- f) Sin contestar

13. ¿En tu vida cotidiana te comportas como algún personaje de *anime*?

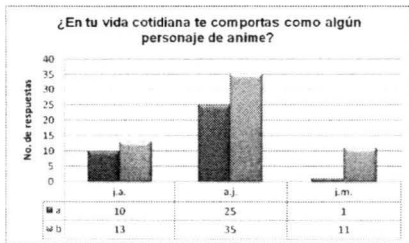
- Sí
- b) No

y ¿por qué?

> En cuestión de identidad cómo se relacionan los jóvenes aficionados con el *anime*, y si realmente se asumen como los personajes o no.

- ¿En tu vida cotidiana te comportas como algún personaje de *anime*?

Gráfica 1A



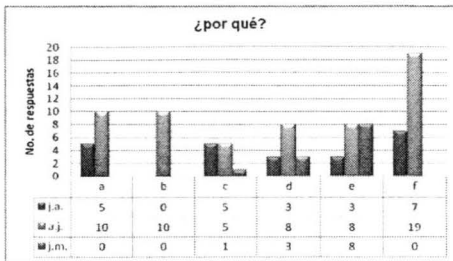
Gráfica 1B



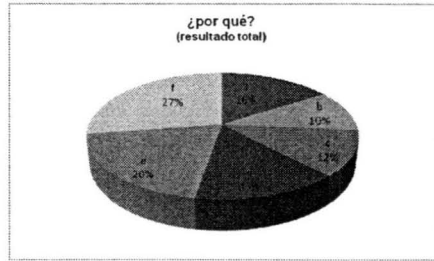
- a) Sí
- b) No

- y ¿por qué?

Gráfica 2A



Gráfica 2B



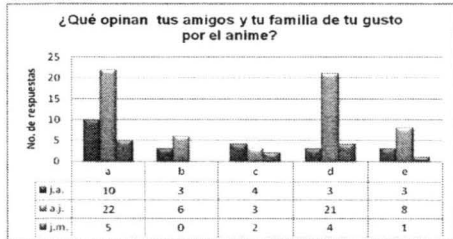
- Se identifica con el personaje (respondieron, sí)
- Les gustaría ser como su personaje favorito (respondieron, si)
- Sin contestar (respondieron, sí)
- No se identifican ningún personaje (respondieron, no)
- Es un poco extremista comportarse como algún personaje (respondieron, no)
- Sin contestar (respondieron, no)

14. ¿Qué opinan tus amigos y tu familia de tu gusto por el anime?

> En cuestión de identidad esta pregunta sirve para ver la forma en cómo se comportan y demuestran su afición dentro de sus círculos sociales como: familia, amigos, compañeros de escuela o de trabajo.

¿Qué opinan tus amigos y tu familia de tu gusto por el anime?

Gráfica 1A



Gráfica 2B



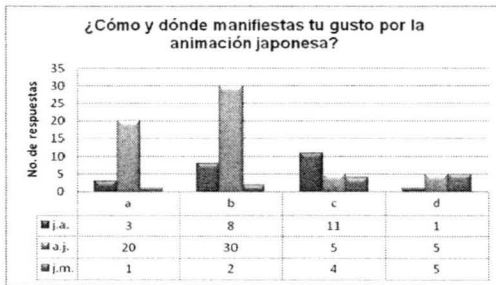
- a) Respetan su afición por el *anime*
- b) Piensan que ver *anime* es infantil
- c) Les parece interesante
- d) No les gusta que vea *anime*
- e) Sin contestar

15. ¿Cómo y dónde manifiestas tu gusto por la animación japonesa?

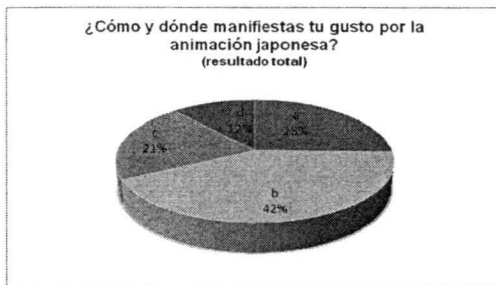
> Esta pregunta sirve para saber en dónde manifiestan más su afición por el *anime*, si es en lugares populares como las convenciones o fuera de esos eventos, como reuniones hechas por ellos mismos, con el fin de convivir e intercambiar ideas relacionadas con el *anime*.

- ¿Cómo y dónde manifiestas tu gusto por la animación japonesa?

Gráfica 1A



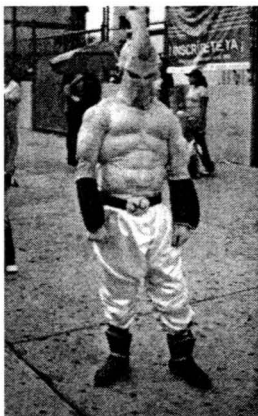
Gráfica 1B



- a) Realizan actividades como: ver *anime*, hacer *cosplay* o dibujar
- b) En convecciones
- c) Con amigos
- d) Sin contestar

Anexo fotográfico⁸⁴

Las fotografías que se presentan son una pequeña muestra de cómo los jóvenes expresan su afición a través del *cosplay*. Visten e interpretan a sus personajes favoritos en convenciones, eventos y algunas veces en su vida cotidiana.



⁸⁴ Fotografías tomadas en La mole 2008

***ESTE MATERIAL
NO SE PRESTA A
DOMICILIO***

Coordinación de Certificación y Registro

UACM
Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada Humano me es ajeno