

Para el otaku que lo mira por TV
Reseña de Manga, anime y videojuegos. Narrativa
cross-media japonesa de Manuel Hernández Pérez

Diego Hernán Rosain



En España, más que en otros países de habla hispana con excepción de México quizás, los estudios sobre consumos culturales japoneses han aflorado modesta pero poderosamente en los últimos dos o tres lustros. Esto se debe “sobre

todo” a dos motivos bien conocidos: la cantidad de firmas editoriales traductoras y distribuidoras de cómic de origen nipón que han asentado base allí y el papel central que ha tenido la zona ibérica como nexo entre la Tierra del Sol Naciente y toda Latinoamérica. Muchos hitos han favorecido e incentivado el rol central de este país como sede en la cual florecen las investigaciones y los análisis sobre las producciones de masas del Lejano Oriente. Un ejemplo es la asociación hispano-nipona realizada en la década del ochenta entre la BRB Internacional y la Nippon Animation para coproducir series de gran éxito tales como *D’Artacan y los tres mosqueperros* (1981) y *La vuelta al mundo de Willy Fog* (1983) (Heredia Pitarch 2018: 33-35), entre otras. También es cierto que se trata de un fenómeno académico que se viene dando en todo el mundo desde la década de los 90. Más aún, puede criticársele a España el haberse dedicado en demasía a la publicación de libros enfocados en la estética y la técnica de dibujo del manga¹ y el *anime*² —libros del estilo “cómo dibujar manga”— antes que a un estudio detallado y pormenorizado de la industria y sus contenidos. Lo mismo podría decirse de aquellos volúmenes con fines puramente divulgativos, contruidos a partir de fuentes cuestionables, muchos de los cuales apelan directamente al fanatismo de los lectores.

Las instituciones académicas —y sobre todo las carreras humanísticas— no han hecho oídos sordos a estos fenómenos sociales. Cada vez son más los investigadores de Letras, Historia, Sociología y Comunicación, entre otras áreas, que eligen a Japón y su espectro de acción como objetos de estudio. Los aportes de estos jóvenes investigadores —cuya franja etaria ronda entre los veinte y los cuarenta años— no sólo permite analizar los efectos y repercusiones que la oleada nipona ha tenido en nuestra comunidad predominantemente occidental: también posibilita la búsqueda de nuevos hallazgos y propuestas de abordaje y acción para estas realidades que no se pueden ni deben ignorar. Este es el caso de *Manga, anime y videojuegos. Narrativa cross-media japonesa* (2017), de Manuel Hernández Pérez. Se trata del volumen ciento veinticinco de la colección *Humanidades* editada por las Prensas de la Universidad de Zaragoza. Su autor es licenciado en Psicología, Publicidad y Relaciones Públicas y doctor por la Universidad de Murcia en Gestión de la Información y de la Comunicación. Sus temas de interés giran en torno a las narrativas *cross-media* japonesas, aquellas relaciones de intertextuali-

¹ Historieta o cómic japonés.

² Animación japonesa, tanto para películas como para series de televisión.

dad compuestas por un manga y sus adaptaciones animadas (*anime*), lúdicas (videojuegos, *merchandising*³) y producciones tercerizadas (*cosplay*⁴, *fanfictions*⁵). Cada elemento posee rasgos particulares que lo diferencia del resto pero, a su vez, cuenta con cualidades homogéneas tanto en sus aspectos narrativos como técnicos (cfr. 27). Todos estos productos comparten la característica de emplear diferentes plataformas conocidas como *media-mix*, es decir, la “estrategia o conjunto de acciones por medio de las cuales las historias pueden llegar a un público determinado” (53) para lograr una emisión, difusión y acogida lo más efectivas y abarcadoras posible.

Las instituciones académicas ya no son reacias a aceptar propuestas con temática *otaku* dentro de su campo de acción. Sin embargo, todavía causa mucha sorpresa en los legos cuando se enteran del amplio abanico de actividades y el progreso que han alcanzado los estudios sobre manga y *anime* dentro y fuera de Japón⁶. Como es usual, el conocimiento circula y atraviesa distintas esferas, desde los espacios académicos hasta los de divulgación científica, los ámbitos populares y las instituciones de formación, capacitación y normalización. Sin embargo, en el caso de la industria cultural japonesa, pareciera haber ocurrido lo contrario: primero se gestó un grupo de curiosos y fanáticos en todas estas cuestiones que no buscó enmarcar teóricamente su pensamiento o idear herramientas útiles para dar cuenta de su objeto de interés. Con el tiempo, estos mismos miembros y otros nuevos se convirtieron en actores especializados y formados capaces de analizarlo en profundidad y con metodologías específicas.

³ Mercancías derivadas de una franquicia particular que van desde música y ropa hasta accesorios y muñecos o figuras de acción.

⁴ “La palabra se originó a partir de la contracción de *costume* y *roleplay*. Hace referencia a la afición por disfrazarse e interpretar personajes de manga, anime, videojuegos, cantantes famosos, superhéroes o monstruos de película” (García 2018: 147).

⁵ Historias no oficiales creadas por fanáticos de una franquicia en cualquier tipo de formato que continúa o altera aspectos conocidos de una obra de autor previa.

⁶ Por ejemplo, en el sitio web Atamashi, enfocado en cuestiones sobre manga y *anime*, una nota del 19 de junio de 2018 titulada “Universidad lanza curso sobre anime y como requisito debes ver 20 capítulos cada semana ¿Te matrículas?” toma el hecho de consumir *anime* dentro del ámbito universitario como una novedad y un divertimento, pasando por alto muchas de las cuestiones intelectuales y pedagógicas que un curso de esta índole implica para detenerse únicamente en las condiciones de cursada y promoción. El artículo puede consultarse en el siguiente link: <https://atamashi.org/curso-anime-japon-20-capitulos/>.

El objeto de estudio no es para nada caprichoso. En la actualidad, son miles de millones los sujetos de edades, regiones y condiciones completamente diversas que consumen, a diario y por medios no siempre lícitos, este tipo de mercancías que han sufrido serias transformaciones a lo largo de las décadas. Desafortunadamente, el material al que podemos tener acceso como clientes americanos es muy limitado en comparación con el disponible en Japón. Esto se debe a cuestiones espaciales y lingüísticas, pero también económicas y políticas. A todos estos problemas se atañe el autor a la hora de preparar el terreno para proponer algunas herramientas conceptuales y metodológicas para trabajar esta amalgama en constante mutabilidad.

En el comienzo, el autor brinda un pantallazo histórico sobre el arribo del *anime* a las emisoras españolas, lo cual derivó en las conocidas polémicas sobre el contenido “violento” e “inapropiado” de ciertas animaciones para un público infantil. Estas disputas, vigentes en nuestros días, fueron avivadas además por los actos vandálicos de muchos fanáticos como los crímenes llevados a cabo por Tsutomu Miyazaki (1962-2008), uno de los casos más atroces. Su mirada sobre la conformación de la comunidad *otaku*, la llegada de Internet y el *feedback* más o menos fluido entre el país de origen y el de recepción ofrece un claro ejemplo de cómo estas relaciones se hallan en constante enriquecimiento bilateral. Como una humilde disculpa hacia sus lectores, Hernández Pérez aclara que su análisis está atravesado por su formación en estudios culturales; sin embargo, los términos que emplea también provienen de medios diversos tales como la economía política y las teorías de la comunicación. Es por ello que debe recurrir a campos disímiles y heterogéneos para abordar su objeto de estudio, lo cual le exige al autor una gran reposición de información que no siempre llega a ser cotejada con otras posturas.

Las relaciones internacionales que Japón ha entablado de manera bilateral con el resto del mundo hasta llegar a ser lo que conocemos hoy no siempre dependieron o se cimentaron sobre el manga y sus derivados. Para describir esta reciente situación provocada a partir de la explosión de la burbuja financiera e inmobiliaria de Japón (1986-1991) ⁷, emplea términos como *soft*

⁷ Para saber más acerca del desarrollo económico de Japón luego de la Segunda Guerra Mundial consultar García, Héctor (2018), *Un geek en Japón*. Barcelona: Norma Editorial, 78-81.

*power*⁸, *Cool Japan*⁹, y transculturación para hablar de los cambios a nivel económico, político, social, cultural y hasta demográfico que ha sufrido el archipiélago desde su apertura definitiva a partir de la Era Meiji (1868-1912). Cabe destacar que Hernández Pérez realiza un rastreo no poco exhaustivo del origen e influencia que han hecho de todos estos conceptos claves para estudiar y abordar la cultura de masas japonesa en la actualidad. Al mismo tiempo, explica por qué prefiere emplear unos en lugar de otros, como el hecho de descartar la palabra “globalización” para su tesis *massmediática*. Desde su perspectiva, la cultura de masas japonesa es producto de una intrincada hibridación cultural entre el país de origen, Oriente —sobre todo China y Corea, pero también Taiwán y Filipinas— y Occidente —Europa y Estados Unidos. De ahí que, para el autor, no podamos hablar de la Tierra del Sol Naciente como el único adjudicado incuestionable de este tipo de objetos culturales (Hernández Pérez: 47-52; Horno López 2017). Es decir, la industria cultural japonesa como un *media-mix* integrado por el manga, el *anime*, el OVA¹⁰, el cine, el *live action*¹¹, las representaciones teatrales y/o musicales, los videojuegos, el *merchandising*, entre otros, es una convergencia de múltiples influencias e intervenciones extraniponas.

No existe una única metodología para trabajar las narrativas *cross-media* debido a su carácter polimorfo y heterodoxo; es por eso que los métodos de distintos campos de estudio —como la comunicación, los estudios culturales o la narratología— son capaces de brindar aportes valiosos al asunto. Por ejemplo, uno de los métodos que propone el autor es el de las teorías de la adaptación para analizar cómo varía una misma historia en los diferentes

⁸ Traducido como “poder suave”, el *soft power* es entendido como una alternativa a la coacción militar y/o económica que ciertos países o grupos emplean para convencer y despertar en los demás el deseo de imitarlos. Esta política “ligera” no cuenta con mecanismos o técnicas prescriptas. Desde diferentes producciones artísticas hasta cadenas de compañías y empresas pueden ser emanadoras de *soft power*.

⁹ Se entiende por *Cool Japan* a una serie de estrategias emprendidas desde el Estado y el Gobierno japonés a partir de 1986 en adelante para promulgar políticas que mejoren la venta de productos al extranjero y la visión que el resto de los países tienen sobre su nación. Dichas estrategias apuntan a generar una imagen de un Japón amigable, pacífico, divertido, exótico, lúdico, relajante, optimista, entre muchas otras características positivas (30-39).

¹⁰ Los OVA o “Original Video Animation” son animaciones con una duración variable que salen al mercado directamente sin ser emitidas previamente por ningún otro medio. El grado de originalidad del OVA con respecto a su franquicia varía según el estudio de producción.

¹¹ Series y películas con actores reales que encarnan a los personajes de ficción.

soportes y códigos narrativos. Otra posibilidad es el despliegue de distintas estructuras para organizar y comprender el funcionamiento de una franquicia *media-mix*. La idea es que, al trabajar una historia, estamos a su vez estudiando el devenir de ella en sus diferentes códigos que distan de ser idénticos y que modifican necesariamente los modos de consumo y de valoración del mundo ficcional ¹². Pero así como la forma, el contenido de las narrativas *cross-media* también brinda puntos de análisis útiles: los géneros, las tramas, la ambientación —en particular la fantástica y de ciencia ficción—, el protagonista de *sh?nen*¹³ y algunos arquetipos como los samuráis, los *r?nin* ¹⁴, los ninjas y *shinobi*,¹⁵ los pilotos y sus *mechas* ¹⁶, el equipo de héroes e imágenes de lo femenino, forman parte sustancial de lo que entendemos por producciones japonesas y no deben dejarse a un lado o darse por sentados.

Si hay algo que cuestionar al armado del libro de Hernández Pérez es su liviandad estructural y cierto tono predominantemente descriptivo de principio a fin. Al trabajar dentro de un campo de investigación relativamente joven ¹⁷, si se lee *Manga, anime y videojuegos* desde una perspectiva holística, las expectativas del lector se verán frustradas. El objetivo del libro no es así

¹² Un excelente ejemplo del funcionamiento de este tipo de franquicias aparece retratado en el libro de Héctor García (2018: 180-181).

¹³ Género enfocado a un público masculino joven y adolescente.

¹⁴ Samurái que ha perdido a su señor pero que se rehúsa a cometer *tsuifuku* o suicidio ritual. El móvil del *r?nin* suele ser la búsqueda de venganza de su señor fallecido, pero a veces solo busca preservar su propia vida.

¹⁵ Al igual que los ninjas, los *shinobi* eran un grupo militar de mercenarios? entrenados especialmente en formas no ortodoxas de hacer la guerra, en las que se incluía el asesinato,? espionaje,? sabotaje,? reconocimiento y guerra de guerrillas, con el afán de desestabilizar al ejército enemigo, obtener información vital de la posición de sus tropas o lograr una ventaja importante que pudiera ser decisiva en el campo de batalla.

¹⁶ Vocablo derivado del inglés *mechanical* (mecánico) que sirve para designar un tipo de vehículo típico de las producciones niponas que hacen uso de la ciencia ficción. Por lo general, el *mecha* posee una estructura antropomorfa de dimensiones variables y puede desarrollar o contener una conciencia propia diferente a la de su piloto.

¹⁷ Pensemos que el primer animé en emitirse en España fue *Kimba, el león blanco* en 1969. En Latinoamérica, las primeras emisiones no ocurrieron sino hasta la década del 70. Es por ello que podemos intuir que la conformación de un campo de estudio en torno a la industria cultural japonesa pudo haber surgido a mediados de los 80 a partir de investigaciones de otra índole sobre animación, historieta y caricatura. En el caso de Argentina, la revista *Lazer* (1997-2009) fue de las primeras (aunque no siempre correctas y detalladas) especialistas en el tema.

de ambicioso; por el contrario, busca compartir ciertas apreciaciones para afianzar las bases de un campo en plena gestación. Resulta una guía pero también un marco teórico para aquellos que nos dedicamos (a veces con más fervor que rigurosidad) al estudio de la cultura de masas nipona. La información taxativa y panorámica que repone plantea un verdadero estado de la cuestión. Lo que a fin de cuentas podemos extraer en limpio de él es el carácter poliédrico y multiareal de este tipo de consumos culturales que derivará en una amplia gama de trabajos capaces de una complejidad y alcance enormes.

Referencias bibliográficas

- García, H. (2018). *Un geek en Japón*. Barcelona: Norma Editorial.
- Heredia Pitarch, D. (2018). *Anime! Anime! 100 años de animación japonesa*. Madrid: Diábolo Ediciones.
- Hernández Pérez, M. (2017). *Manga, anime y videojuegos. Narrativa cross-media japonesa*. Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza.
- Horno López, A. (2018). *El lenguaje del anime. Del papel a la pantalla*. Madrid: Diábolo Ediciones.