

## **JAPÓN, ÁNIME Y UNA MANERA DE CONOCER UNA NUEVA CULTURA**

### **RESUMEN**

Este artículo contiene material en donde muestra como el anime ha sido de gran influencia para la sociedad, así mismo el desarrollo y la evolución de esta industria aumenta la capacidad semiótica de los individuos a costumbres extranjeras como por ejemplo el gusto por un signo japonés o la misma comida, tanto así que hoy en día invaden las calles, centros comerciales, jugueterías en general que aumentan e impacta en la sociedad. También se plantea a partir de una fundamentación en un contexto donde podemos encontrar emociones que contribuyen a la estimulación de sentimientos por una cultura extranjera. Además dentro de los ámbitos de comunicación, el anime contribuya a una construcción cultural en los jóvenes que crecen con un ideal y un gusto en particular, para un cambio.

### **PALABRAS CLAVES**

Ánime, transculturización, identidad, cultura, consumo, Otaku.

### **ABSTRACT**

This article contains material which shows how the animé has been of great influence for society, and the development and evolution of this industry increases the semiotic capacity of individuals to foreign customs such as the taste for a Japanese sign or the same food, so much so that nowadays invade the streets, shopping malls, toys in general that increase and impact on society. It also arises from a foundation in a context where we can find emotions that contribute to the stimulation of feelings by a foreign culture. In addition, in the fields of communication, the anima will contribute to a cultural construction in the young people who grow up with a particular ideal and a taste for a change.

### **KEYWORD**

Animé, transculturation, identity, culture, consumption, Otaku.

## INTRODUCCIÓN

La influencia del anime en nuestra cultura occidental lleva más a querer la cultura japonesa por su orden, su origen y quienes son en realidad estas personas, caracterizadas por tener aspectos físicos parecidos a sus países vecinos como China o las dos Coreas. Muestran una forma de vivir con tradiciones más arraigadas, sin conflictos políticos o sociales, y con un cambio cultural totalmente diferente, en donde el aficionado no siente encontrar estos aspectos en su país de origen.

Durante el crecimiento de esta industria audiovisual se han fomentado cambios sociales y culturales. Después de la segunda guerra mundial el anime se volvió toda una tendencia con series como Takahashi Rumiko de Inuyasha y Ranma ½, que fueron programas muy populares entre los niños y jóvenes, que trascendieron e hicieron que la industria oriental se forjara con más fuerza, tanto que hoy en día en adultos de la época actual, estas dos series siguen siendo un referente del anime para sus aficionados. Por lo mismo, los cambios socioculturales que se forjan dentro de la sociedad se ven reflejados en el consumo de televisión e internet, los cuales son medios que generan la facilidad de aprender y conocer nuevas costumbres (en este caso de la cultura oriental) para desarrollarlas en un entorno totalmente diferente. Además de generar también un sentido de pertenencia e identidad en los jóvenes de las últimas 3 décadas, quienes al entrar en el mundo del anime dejan de lado la cultura de su país natal por la intriga y fascinación que les genera esta nueva.

A manera de ejemplo, en Latinoamérica se detalla el consumo de la cultura estadounidense de manera muy marcada, se han llegado a adquirir tradiciones y representaciones sociales muy propias de este país, como el 14 de Febrero que se celebra el día de San Valentín, una festividad muy estadounidense y que varios países latinos la han hecho parte de su cultura, como en Colombia. Lo mismo pasa con el anime japonés, cada vez son más las tradiciones que se transfieren y adaptamos en este continente.

La intención de este artículo es mostrar esas facilidades con las que la cultura latina se ha apropiado poco a poco de estas costumbres, transmitiéndola desde su forma de pensar. Además de evidenciar también cómo el anime influye directamente en esta transformación

cultural, donde ya vemos convenciones enteras dedicadas a esta y otras temáticas relacionadas, en Medellín está el Comic Con, y en Bogotá el SOFA.

Los subtítulos de cada uno de los argumentos son los siguientes: El primero, cambios de identidad que se generan mediante el consumo televisivo y redes sociales llamado transculturización, por lo tanto, es ver como se transfieren costumbres culturales a una sociedad diferente. El segundo es un tema en donde la imaginación del televidente en el caso de los niños se vuelve una herramienta fundamental para haberse convertido en aficionado o seguidor del anime japonés volviéndose una cadena entre varios niños y aficionados. Por último, el tercer subtema se basa en la estética de los personajes para forjarlos en la vida real, como por ejemplo el cabello de un color poco común en una comunidad.

Para el desarrollo de los argumentos se van a abordar tres diferentes autores que relacionan el anime con los cambios culturales, los sentimientos que causan y finalmente el anime como un arte. Para el primer argumento se trabajará con la Tesis de Vidal, que habla sobre la influencia que tiene la televisión en la transculturización, por la forma de mostrar una cultura. Siguiendo con un autor Colombiano como lo es David Parada, que en su trabajo relacionando el arte del anime con el Otaku, en donde la interpretación de animación o jugar con las animaciones generan un sentimiento dentro de la persona. Finalmente, este artículo no se puede ir sin poder hablar del arte del anime que hace toda una interpretación del espectáculo televisivo.

## CAMBIOS CULTURALES POR INFLUENCIA DEL ÁNIME JAPONÉS

### HISTORIA DEL ÁNIME

El Anime en Latinoamérica, más conocido como dibujos encadenados o comic, se han caracterizado por ser unos de los dibujos animados que más se ajustan a todo tipo de público, por sus innumerables personajes y protagonistas. A partir del siglo VII los japoneses vivieron una admiración por las tradiciones del pueblo chino, que adoptaron todo lo referente a este país como escritura, costumbres entre otros, así lo afirman los autores Otomo, Miyazaki, Toriyama y Aoyama en uno de sus trabajos, ellos dicen que “Los japoneses decidieron adoptar todo lo referente a ese país: la escritura, la religión, las costumbres” (Otomo, Miyazaki, Toriyama, & Aoyama, 2002).<sup>1</sup>

Los dibujos terminaron siendo una representación de todo tipo de cosas, como los seis mundos cosmológicos budistas, hasta algunas historias de sufrimiento, según describe la historia. En el año 1814 del UKIYO-e quien acuñó el término manga, al combinar los kanji, informal (man) y dibujo (ga) definiéndolo como un dibujo rápido y/o un dibujo que trasmite una idea, ideas que fomentaron seguir siendo unas estructuras de conocimiento dentro de los aspectos para comunicar fundamentos políticos o sociales.

Siguiendo el relato, se reconoce al escritor Charles Wirgam, que trabajó haciendo caricaturas a una revista para extranjeros, donde se representó la industria y hoy es considerado como el padre del manga, además de un referente icono en el mundo del anime, pues se caracterizó por hacer críticas directas al gobierno japonés por medio de sus ilustraciones. Otro personaje que impactó con su trabajo fue el señor George Bigot, quién también se atrevió a criticar al gobierno, ganándose la admiración de los artistas japoneses. Además es también uno de los autores con más capacidad y admiración por su trabajo, es considerado un símbolo en la

---

<sup>1</sup>El anime: El anime es la palabra que determina los dibujos animados de Japón que se goza de gran popularidad a nivel mundial por su forma de jugar con la imaginación y que se trata de un arte **que** está vinculado al manga (las historietas japonesas), el cosplay (el uso de disfraz (Perez Porto, 2015) y otras disciplinas y tendencias... (Pérez Porto, J, 2015, P).

revolución del anime y del manga para todas las edades, pues no generó estereotipos, creó series donde las protagonistas eran mujeres, con personajes más realistas que la industria Disney de Estados Unidos.

En Colombia se conoció por primera vez el anime desde las transmisiones de Caracol y RCN con *El Gato Cósmico*, *ranma 1/2*, *súper campeones* y *Sakura Card Captor*, programas en donde se empezaba con la admiración de estos programas sin saber su origen o función, pero ya eran aficionados y que los creadores de estas series jugaron realmente con la imaginación del televidente, demostrando que la mente puede ir más allá de lo racional. Ya siendo tan popular el anime japonés a nivel mundial, en la televisión colombiana, donde el más impactante o entretenido fue *DragonBall* con sus esferas del dragon, batallas con los villanos más cómicos o fuertes del mundo, o los perros, cerdos y osos que también eran personajes terciarios en la serie los cuales hablaban con los humanos y se trataban como humanos, o el maestro pervertido que tenía la vida eterna y vivía en una isla en todo el centro del mar, con una tortuga de mar que sabía artes marciales y podía hablar. Serie muy interactiva, combinando la acción, la comedia, la fantasía, evolucionando en todos los aspectos de unos dibujos animados.

Sin embargo, en los canales nacionales como Caracol y RCN el anime empezó a tener agenda con estos programas en los cuales aumentaron el rating, programas tales como *Los Caballeros del Zodiaco*, *Súper Campeones*, y unos de los más populares, como ya se mencionó anteriormente *Pokemón*, tanto así que los días entre semana eran largos ya que de los programas se transmitía solo un capítulo por fin de semana, y temporadas de Goku (el personaje más popular de Dragon Ball) llegaban a durar 6 meses. Desde el principio cuando empezó a viajar con Bulma por las esferas del dragón, como el final cuando derrotaba a Pikoro Daimaku y se casaba con Milk, sin contar con la secuencia que iba a tener con Dragón Ball Z y Dragon Ball GT, temporadas que sumaban un aproximado de 600 capítulos más, el anime se volvió todo un fenómeno en la cultura colombiana, teniendo cada vez más acogida por los niños y jóvenes que crecieron viendo este programa.

El autor Milciades Vizcaíno dice que “Estos ciclos tienen sentido no solamente en la historia específica de la televisión, sino de una historia más general que corresponde a la sociedad en

su conjunto, ya que la televisión y el derecho que la regula se entienden como hechos sociales que tienen influencia en el desarrollo del medio y en la conducta de sus actores” (Vizcaíno G, M, 2004, P 100) el autor hace referencia a una vida de historias y fantasías en donde siempre hay cosas que contar, siendo tan bueno el contenido del anime, que siempre está evolucionando e innovando para tener más historias que mostrar.

No obstante, el individuo conserva su identidad latina, por ejemplo, en las series anime japonesas, los protagonistas comen con palillos, en cambio en la cotidianidad del hispano su herramienta para consumir alimentos es con un tenedor o una cuchara. Es decir “cultura y territorio se complementaban y, si bien en la realidad actuaban unidos no sucedía así en la teoría, pues hacía referencia a conceptos individuales y únicos” (Cañizares Ruíz, M 2008 P 65) referente a lo que dice María del Carmen Cañizares. Por ende los grupos Otakus, aumentan su gran cantidad de aficionados o costumbres en el país, tanto así que se generan espacios de interacción, en donde el interés por este género de la televisión y el internet abunda por sectores populares del país, aumentando su acogida.

La influencia por parte del anime centra más a querer la cultura japonesa por su orden, su origen y quienes son en realidad estas personas, que por su aspecto físico, es muy similar a sus países vecinos los chinos o coreanos, ellos muestran una forma de vivir la cual el aficionado quiere transmitir a un país donde el contexto es totalmente diferente, se presenta entonces un fuerte choque cultural, y es lo que hace que el aficionado adopte más costumbres de esta cultura oriental, que la de su origen.

Las series anime japonesas son un producto audiovisual que han influenciado a varias generaciones de niños, jóvenes y adultos de las últimas tres décadas, en donde ha generado gran acogida, pues gracias a sus atributos artísticos, y los cambios constantes, ha hecho que el público en general se sienta identificado. Además de ofrecer una perspectiva diferente, contando las historias de una manera distinta, como acción, romance, aventura, fantasía entre otros, generando empatía en todo público.

En un contexto adecuado, la proyección del anime japonés en la televisión, y hoy en día su facilidad de acceso por medio de internet y páginas web ha sido una influencia de gran

sensación dentro de los aspectos sociales, más que todo con sus series anime japonés las cuales han centrado el interés por unos cambios de identidad o cambios de personalidad desde los pensamientos hasta la vestimentas; como dice Lozano José Carlos “Los estudios más recientes, por otro lado, se han centrado en identificar estereotipos demográficos, ocupacionales o étnicos y han documentado representaciones desequilibradas sobre hombres y mujeres, adultos y ancianos, blancos y morenos o indígenas, «profesionistas» y obreros o empleados” (Lozano, J, 2008, p 69) generando un gusto al ser humano, como la representación de ninjas, fisicoculturistas, hasta de espadachines.

En un contexto adecuado, la proyección del anime japonés en la televisión, y hoy en día su facilidad de acceso por medio de internet y páginas web ha sido una influencia de gran sensación dentro de los aspectos sociales, más que todo con sus series anime japonés las cuales han centrado el interés por unos cambios de identidad o cambios de personalidad desde los pensamientos hasta la vestimentas; como dice Lozano José Carlos “Los estudios más recientes, por otro lado, se han centrado en identificar estereotipos demográficos, ocupacionales o étnicos y han documentado representaciones desequilibradas sobre hombres y mujeres, adultos y ancianos, blancos y morenos o indígenas, «profesionistas» y obreros o empleados” (Lozano, J, 2008, p 69) generando un gusto al ser humano, como la representación de ninjas, fisicoculturistas, hasta de espadachines.

Al mismo tiempo aspectos como el entretenimiento de estas series generó que la publicidad tuviera más aspectos dentro de la vida del consumidor, por medio de aplicaciones en donde se entretiene, juega e interactúa con las series anime japonesas, en donde el marketing y la publicidad trabaja adecuado a sus aptitudes, convirtiendo el anime en un consumo divertido e interactivo, integradas a la vida del ciudadano.

Después de 100 años, el anime japonés celebra su primer siglo de creación, pues gracias a sus atributos artísticos en constante cambio, por lo los jóvenes colombianos se sienten identificados, mediante el consumo. Desde sus inicios, como anime japonés, ofreció una perspectiva diferente, contando las historias de una manera distinta, con diferentes tramas, como acción, romance, aventura, fantasía entre otros generando una muy buena empatía con todo tipo de público en Colombia y en el mundo.

## LA TRANSCULTURIZACIÓN INFLUENCIADA POR EL ANIME

Según Luis Antonio Vidal Pérez, en su tesis *“El anime como elemento de Transculturización, caso Naruto”*, habla sobre aspectos como la influencia de una cultura externa, el caso concreto fue como Estados Unidos fue un referente de desarrollo económico, social y cultural para Perú, citando al periodista y escritor Miguel Rodrigo Alsina *“Una cultura no evoluciona si no es a través del contacto con otras”*.

Vidal, toma la cita de Alsina y añade diciendo que *“los contactos entre culturas pueden tener formas muy diversas”*. (Pérez, V, 2010, p 31) afirmando sobre los aspectos en los que hoy en día el anime japonés influye al extranjero. Ese contacto con otras culturas se asemeja al consumo televisivo al ver otras culturas y adquirirlas, como Estados Unidos, México, Japón entre otras, adquiriendo cada aspecto representativo de otro país y/o compararlo con el país natal, por ejemplo, escuchar a la gente decir que quisiera ser un policía de Estados Unidos, ya que es una gran representación de ley en dicho país, o ser un cocinero en París, que es conocido mundialmente por el gran talento de sus chefs, todos estos son aspectos en los que la televisión se convirtió en una gran influencia para Latino América. El caso surge también en el consumo japonés donde se asemeja la facilidad de adaptar actitudes y admiración por una cultura que está a más de 18 mil kilómetros de distancia, y que con solo un control remoto se puede conocer, sobre todo la ciudad de Tokio, la más popular en el mundo del anime por ser la capital de este país.<sup>2</sup>

La Internet es otra forma de contacto, en donde el cambio cultural es más fuerte y de una gran magnitud para las últimas generaciones, ya que acceder a sitios webs con contenido internacional facilita al usuario el ser más autónomo con sus intereses, como en este caso puntual, un aficionado al anime japonés, que con solo un par de clicks, pueda ver páginas de investigación, historia, y blogs en los que puede interactuar con un grupo de internautas, que tienen sus mismos gustos, haciendo así un proceso de intercambio cultural, y está más propenso al cambio de identidad.

---

<sup>2</sup> En una citación puntual por la Real Academia de la Lengua Española, el significado de la transculturización se conforma en la *“recepción por un pueblo o grupo social de formas de cultura procedentes de otro, que sustituye de un modo más o menos completo a las propias”*. (RAE, 2017). Un significado central hacía la influencia de una cultura externa como lo es la japonesa en el aspecto Latino.



El consumo de medios de comunicación como la televisión o el internet en culturas extranjeras genera diferentes cambios de identidad de acuerdo al material de consumo, ya que los aspectos totalmente diferentes generan una simpatía con el individuo o televidente. Además, con grandes grupos que reconocen el interés por las series anime japonesas, según Parada en su artículo Manga anime a subjective artistic: expresion to the otaku. Por lo mismo, entender sobre “el saber de si Latinoamérica no se hace necesario, independiente del heteroreconocimiento logrado, mucho más cuando su imagen ha sido forjada en la relación con el Otro-dominador o cuando los saberes que ha asimilado no son ajenos a la intencionalidad de control y apropiación legitimados por otros intereses y en otros contextos” (Hernández, O, 2006, p 50).

En otros aspectos, los sectores de comunicación dentro de los medios con sus series televisivas o la facilidad de páginas web generan diferentes características y ambiciones en el ámbito social, como el caso en regiones latinoamericanas en donde se está centrando una gran jerarquía por el asombro ante la paulatina innovación de la tecnología comunicacional cohabita con la disyuntiva entre el “poder y el querer” (Santa Ana, 2001, p. 13). La televisión local en instituciones se tiene de acceso a los modernos medios de comunicación, para una mejor educación como canales institucionales o los canales populares como de entretenimiento.

En algunos estudios de la comunicación que tratan sobre los medios y la audiencia, se especifica que la televisión no cambia la identidad sino que la forja por medio de conceptos de programas adaptados al sistema, en donde el televidente deja de ser un objetivo y se configura como un sistema de significados, en donde el tema simbólico de cada aspecto u objeto es de diferente cultura a la habitual. Entorno a ello, las características de la televisión cambian la identidad. Se adecuan unos aspectos significativos “Dicha relación entre diferencia e identidad la han puesto de relieve a otros autores como, la diferencia es lo que constituye la identidad” (Morley, R; 2004, P48)

De acuerdo a lo anterior ver e interpretar las series anime como un aspecto de posesión cultural, en la que en casos específicos como el Latinoamericano se siente más identificado con las series animadas, forja una sub-cultura, donde el aficionado se vuelve parte de ella,

en este caso se identifican como *Otakus*, cumpliendo una comparación con una persona japonesa en el país distinto.

La cultura *Otaku* tomo su fuerte en Perú, según Vidal, un país que en los años 90 no tenían la facilidad de televisión o canales privilegiados, se fundamenta en un proyecto en canales regionales de este país, donde se pudieron transmitir diferentes programas como dragón ball, caballeros del zodiaco, Pokémon, entre otros géneros, centrando la atención del público peruano. Tanto fue el impacto que tuvo, que en el año 1997 se creó una de las primeras revistas dedicada al anime, en donde reuniones y fiestas de Otaku fueron más frecuentes en el país. Luis Antonio Vidal Pérez (Vidal Pérez, L; 2010, P19).

Según el Licenciado en Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo, Luis Vidal Pérez en su tesis, el género ha trascendido las fronteras de Japón, además de conquistar, sobrepasando sus animaciones más allá de la imaginación. Por medio de un Otaku, da a entender también que el anime es un ámbito de vida diaria, ya que no solo se ve, también se vive y el visionario no se queda ahí si no que trasciende el ámbito de la vida, personas con diferentes costumbres que asemejan una cultura extranjera con la peruana (Vidal Pérez, L, 2010, P19).

A medida del tiempo la acogida del anime ha venido creciendo de manera muy rápida, lo que a su vez ha hecho que aumenten los creadores y productores de este, incursionando así en nuevos géneros tales como el miedo, suspenso, acción, amor, drama, aventura, entre otros, dando al consumidor una gran variedad para todo tipo de gustos, y generando así un sentido de pertenencia con la identidad de los personajes, y los jóvenes terminan apropiándose de diversas prácticas que ven en sus protagonistas favoritos, vistiéndose de la misma forma, o peinándose de la misma manera que los personajes de la serie, otros ponen por encima los gustos de comida japonesa, y muchas otras prácticas como su comportamiento y cómo se desenvuelven dentro de sus contextos, el cual es uno totalmente diferente. Además, se utilizan también estereotipos preestablecidos o clichés cuando se diseña un personaje, como el caso de algunos adolescentes, con el cabello revoloteado como el del héroe de la serie.

Según la Universidad de Cantabria un cambio cultural se deriva de una transformación que afecta a la cultura con el pasar del tiempo, y que se ha generado a causa de la industrialización. Por lo mismo, la televisión y la Internet forjaron un gran tope de interés mostrando nuevas culturas a la civilización, tanto así que en los años 90 las culturas extranjeras empezaron a influir por medio de la caja negra con frente de vidrio, en donde las imágenes fueron de impacto para la sociedad.

Uno de esos cambios, es la identidad de una persona en una sociedad tradicional, a un cambio de cultura, por ejemplo un colombiano, en donde tradicionalmente se estaba conocido utilizar la ruana y ropa local, sin embargo la evolución de la televisión y el internet genero cambios en una vestimenta más adaptada. Con el desarrollo del anime que se presentaban por medio del consumo televisivo pasó lo mismo, con la llegada del internet se pudo conocer más aspectos del anime como el peinado, comida, tradiciones, en donde el joven se vuelve una persona culta, mostrando como separa la comida en diferentes recipientes o hasta en la misma gastronomía intentar hacer una famosa bola de arroz, la que es muy tradicional en el país de Japón, además la facilidad o accesibilidad de pintarse el cabello de color como lo tienen varios protagonistas de estas animaciones.

Al mismo tiempo el anime fue evolucionando, también lo hicieron las nuevas tecnologías y el mundo de las redes sociales, lo que ha facilitado que un fanático cree páginas web o FanPages para llamar la atención de los aficionados, en algunas de las páginas se pueden hasta descargar cientos de capítulos y películas de estas series japonesas. Arturo Colorado dice “No vamos a entrar en descripciones tecnológicas, pero sí destacar que en el terreno de las telecomunicaciones la banda ancha, sea a través del ADSL, la fibra óptica o vía satélite, posee la capacidad de transmitir y recibir información de alta velocidad y en permanente conexión a través de la red, incluyendo datos, imagen (vídeo analógico y digital de alta definición) y audio” (Colorado Castellary, A, 2010 P 108) los cuales se ven con la gran cantidad de personajes y programas, dominando en nuestras pertenencias virtuales como fondos de pantalla, fotografías, hasta el seguimiento de eventos anime como el SOFA el cual es muy popular a nivel mundial.

Aunque maduro y con gustos dispersos el adulto de hoy, no deja de lado el fanatismo por este tipo de series, claro ejemplo es precisamente ser una persona consumidora de esta cultura, por medio de viajes al país japonés; o bien sea desde el mismo país de origen, encontrar lugares que lo identifiquen como un amante a la comida, asistir a los eventos que se producen, o frecuentar lugares como el café temático Kunai en Bogotá, muy popular dentro de los fanáticos por orientar su decoración al manga y donde la carta de menú es idéntica a algunos de los programas de la serie anime. Si se habla del anime japonés como un medio para generar comercio y dinero, es correcto, ya que gracias a su gran influencia a nivel mundial las televisoras locales tienen contratos de transmisión con estos programas que aumentan su rating. También, la popularidad del anime ha ayudado a mejorar los aspectos de sociabilidad dentro de un blog web en donde el anime termina siendo un gran aporte para ganar lectores. Además de eso influye también en encuentro de fans uno del otro, los cuales aportan en el consumo del anime en un país extranjero.

Gracias a que el anime es un símbolo de gran influencia hoy en día por sus distintos géneros, este ayuda a mejorar el mercado local, ya que su afinidad con aspectos en donde un aficionado puede ver la representación exagerada de emociones y estilos visuales de sus programas nipones en productos muy cotidianos. Por ejemplo, un póster para la habitación de un joven de 13 años de edad que está empezando a crear su fanatismo en héroes o personajes de acción, que empieza a comprar juguetes, o hasta productos de aseo con figuras de su personaje, aumentado el consumo de productos, sin importar la funcionalidad. Claro está que los niños caen en el sistema del marketing simple, sin embargo al crecer, no se madura lo suficiente para dejar a un lado el gusto por los muñecos nipones, ya que el querer coleccionar figuras o representaciones de cada anime innovador y simbólico hace parte del fanatismo que no se dejan a un lado.

Un ejemplo claro es la famosa libreta de Ryuk un Shinigami<sup>3</sup> Dios de la muerte, se volvió muy popular en la región de Japón, el cual al anotar el nombre de una persona y ver su rostro puede asesinarla, y luego, el poder de esta libreta termina en las manos de Light Yagami el

---

<sup>3</sup> **Shinigami** (死神 しにがみ Dios de la muerte) son los dioses que invitan a los seres humanos hacia la muerte, o inducen sentimientos de querer morir en los seres humanos, tal como se aplica a los conceptos de religión japonesa, clásicos, religión popular o la cultura popular.

SANTIAGO DAVID GUARÍN MONSALVE

COMUNICADOR SOCIAL PARA LA PAZ DE LA UNIVERSIDAD SANTOTOMAS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ.

ESPECIALISTA EN ANIME Y CONSUMO DE MEDIOS EN COLOMBIA.

[santiagogarín@usantotomas.edu.co](mailto:santiagogarín@usantotomas.edu.co)

personaje principal del programa *Death Note*, quien al tener el poder de esta libreta empieza a asesinar a personas que cometieron crímenes, que son culpables de corrupción, asesinato, para convertirse en un Dios, pero termina convirtiéndose en el villano de la serie. Intrigante pero también interesante, ya que el tener el poder de asesinar personas con solo tener una libreta te da el poder de conquistar el mundo, espectacular, por lo mismo comprar la libreta de *Death Note* que tenga los mismos detalles que la del anime para colección, es impresionante la facilidad o el interés por comprar una de ellas.

Otro elemento de gran consumo en países extranjeros son las canciones o los opening de estas series, ya que acompañadas por las imágenes de entradas, terminan siendo una gran variedad de gusto por los aficionados, contando también por la traducción estas canciones que terminan no solo gustando, sino que empiezan a seguir al artista detrás de estas canciones dirigidas al anime, además se aporta en el trabajo o popularidad estas series y que estos grupos musicales ganan reconocimiento gracias a estos Anime

## **DE LA FICCIÓN Y LA FANTASIA, AL MUNDO REAL Y LA IMAGINACIÓN**

Además de las apropiaciones culturales que se han visto en los niños con los casos que más connotación e influencia han tenido en Colombia, son los programas llamados *Dragon Ball* o *YU-GI-OH*, al escuchar frases como “Yo quiero ser fuerte como Goku” o “quiero tener la misma baraja de YU GI” en niños, para quienes la capacidad de imaginar es muy grande además de inocente, saber que estos programas generaran tanto entusiasmo por parte de la población infantil para así no solo entablar grandes cantidades de rating, sino también muy el consumo en juguetes, cartas, libros, manga en general, representativos del anime.

El caso de la serie *YU GI OH* un programa de acción, fantasía y ciencia ficción creado por el dibujante japonés Kazuki Takahashi en donde el personaje principal es un joven llamado Yugi Moto de gran capacidad analítica y mental, tanto en la escuela como en el juego de cartas, donde se utilizan artefactos de gran tecnología para volver un simple juego de mesa en algo sin igual como una pelea de monstruos, en donde la estrategia y el corazón de las cartas siempre fue la clave para tener la victoria, causó un gran auge en el mercado y la economía, jugueterías se llenaban de los monstruos y personajes de la serie, pues eran la sensación entre

los niños y jóvenes. Por otro lado, hasta las simples papelerías de barrio se lucraban con el negocio del anime, vendiendo las tan famosas cartas que se presentaban en la serie, para simular su juego en la vida real.

Este anime fue muy popular para los niños, tanto así que las canchas de fútbol y baloncesto de colegios o zonas públicas recreativas los niños empezaron a transformarlas en sus campos de batalla, se sentaban en el suelo más plano y en círculo para que las cartas no salieran a volar por el viento. Poder jugar con las cartas multicolores, llenas de monstruos, magos, duendes y hasta dragones, los cuales contaban con varios poderes según la serie, y con mucha imaginación por parte de los niños, entretenía a todos sus jugadores. Todavía se escuchan anécdotas sobre por qué reunir cartas fue una de las experiencias más factibles, el caso se concretó en que todos querían ser Yugi (el protagonista de la serie) o tener las cinco piezas de exodía uno de los monstruos más poderosos de este juego de mesa. Palabras de jóvenes y niños que diariamente iban a la tienda a comprar un sobre y esperar que saliera la carta requerida para aumentar el poder de su baraja.<sup>4</sup>



No solo Yu gi oh ha sido parte del mundo real, se hace un viaje por el tiempo y juegos como como beyblades conocido en Japón como Shoot explosivo beyblades, el cual es una

---

<sup>4</sup> Exodía es un monstruo que aparece en el primer capítulo de la serie Yu gi oh también llamado como Osiris, era el Dios de la fertilidad y regeneración del río Nilo. “Para los egipcios, Osiris fue originariamente un mítico rey que fundó la nación egipcia e instruyó a los hombres en las actividades cotidianas y la organización nacional” (Taringa, 2016). En la serie aparece como un monstruo dividido en 5 cartas en donde sí se reúnen las cinco en la mano se gana automáticamente el duelo. También fue fundando por su historia antigua en donde Osiris fue cortado en catorce partes por su hermano que estaba poseído por la envidia. Según la historia que se revela en la página web taringa Su esposa y hermana Isis recuperó amorosamente todos los miembros de Osiris. También fue llamada “La Gran Maga” por haber recompuesto el cadáver de Osiris. Isis con su poderosa magia logró insuflar nueva vida al cadáver momificado de Osiris, quedando embarazada de él (Taringa, 2016).  
SANTIAGO DAVID GUARÍN MONSALVE  
COMUNICADOR SOCIAL PARA LA PAZ DE LA UNIVERSIDAD SANTOTOMAS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ.  
ESPECIALISTA EN ANIME Y CONSUMO DE MEDIOS EN COLOMBIA.  
[santiagogarín@usantotomas.edu.co](mailto:santiagogarín@usantotomas.edu.co)

ilustración hecha por el japonés Takao Aoki que abarca 51 capítulos de trompos desarrollados en donde escondían símbolos y animales míticos los cuales le daban poder a estos artefactos para poder girar y ganarle a la competencia.

Protagonistas de esta serie Tyson, Kay, Max y Ray que juntos pelean para cumplir el sueño de ser los campeones del mundo y querer ser los mejores jugadores de beyblades representando al país de Japón. Mediante el programa, estuvieron compitiendo en varias zonas del mundo como China, Estados Unidos entre otros países de grandes potencias mundiales representados en este programa en donde ellos pudieron superar cada obstáculo que se les presentaba.

Al mismo tiempo que este programa fue transmitido, las jugueterías llenaban sus estantes de beyblades los cuales aumentaban el mercado en ella y se traspasaba la televisión ya la calle. A diferencia de Yu gi oh, beybleades no era de era de estrategia o combinar cartas, este juego consistía en quien pudiera hacer girar más fuerte su trompo desarrollado y golpeará más al otro rival, además de los gritos de los niños diciendo “sal dragon” llamando a los animales míticos que aparecían en la serie.



En este caso es tan importante es la influencia de estos programas para conocer la cultura japonesa, que se ha creado un restaurante en Bogotá y es muy famoso entre los aficionados del anime, pues se han encargado de realizar todo tipo de eventos relacionados con esta cultura, para satisfacer así a sus clientes. El menú del restaurante cuenta con el Ramen, un plato que gracias a Naruto (personaje principal de la serie) se hizo famoso entre los aficionados, este platillo hecho con fideos, sopa, cerdo y verduras también se encargó de darle la fama al restaurante, convirtiéndose en uno muy llamativo para el público, que

SANTIAGO DAVID GUARÍN MONSALVE  
COMUNICADOR SOCIAL PARA LA PAZ DE LA UNIVERSIDAD SANTOTOMAS EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ.  
ESPECIALISTA EN ANIME Y CONSUMO DE MEDIOS EN COLOMBIA.  
[santiagoguarin@usantotomas.edu.co](mailto:santiagoguarin@usantotomas.edu.co)

además es el apropiado para su tipo de target, ya que el restaurante es orientado al gusto japonés, la cultura anime y otaku. Además de contar con las miles de actividades que se presentan como karaoke, evento de disfraces de las series, entre otros grandes recursos que se implementan para aumentar la productividad y la popularidad entre sus seguidores.

Hoy en día, con el paso del tiempo, la televisión ha pasado a dar un significado para los televidentes tanto objetivo como subjetivo, ya que se centra en dar razón a aspectos de vivencia de una cultura, como lo es en este caso la japonesa, así lo dice Valerio Fuenzalida en su escrito *“La Influencia Cultural de la Televisión Tiempo Altera en el Proceso Económico”*, efectuando lecturas diferentes que rodean en la sociedad actual.

Un concepto más abarcado en el cual Valerio hace su mayor referencia de la televisión como influencia es que los “reduccionismos tienen una concepción racionalista del televidente receptor; privilegian la influencia cultural ideológica, se interesan en la posibilidad de afectar al ser humano en su nivel racional a través de procesos de concientización” (Fuenzalida, V, P-9, 1992) donde se centra en como la televisión puede ser un centro de educación para las personas y más los contenidos internacionales en Latinoamérica.

También este medio exhibe un trabajo determinado en donde la economía influye, ya que los temas de financiamientos, recursos, manejo de producción, valor de la trasmisión nacional o internacional más la gestión de producción, que son intuitas para poder transmitir como se ha dicho en todo el escrito a otras culturas, también tiene influencia en la medida y espacio que el canal coloque los programas, ya que el anime impacta en un público mayormente infantil, su zona horaria ayuda mucho para que los niños y jóvenes puedan apreciar los diferentes programas de televisión que se transmiten en Latinoamérica.

Por el lado de los niños en ver y aumentar la capacidad de audiencia en la televisión con canales como Cartoon Network, Jetix, Nickelodeon, entre otros que transmiten programas infantiles para la gran población infantil latinoamericana, dejando a un lado los canales abiertos y locales, ya que estos se especializaron en tener 24 horas de franjas infantiles, de las cuales dedican algunas cantidades de horas para la emisión de anime para el gusto del televidente.



Si se busca un canal con gran capacidad para haber hecho tan popular el anime en Latinoamérica es el canal Cartoon Network, donde programas como Dragon Ball, Pokémon, Sakura Card Captor, caballeros del Zodiaco aumentaron el consumo televisivo en estos canales, ya que se emitían en franjas horarias estratégicas, tardes después de la escuela o fines de semana. Este canal fue el gran acompañante, que se encargó de enseñarle al televidente sobre la cultura nipona.

## **OJOS GRANDES, CABELLO DE COLOR Y EXPRESIONES DE LA HISTORIA ÁNIME EN A VIDA REAL**

En un estudio realizado por Fernández donde habla de la identidad que genera la televisión, él plantea que “el estudio parte de la constatación de que este macro género televisivo se caracteriza por su capacidad de promover la identificación con los personajes, pero también por la perpetuación de creencias, estereotipos y valores.” (LIMIA, F, p 275 2014). Se Puede tomar un ejemplo claro con el programa de Naruto una animación creada por Masaki Kishimoto en donde centraliza los valores elementales de las personas en los tres personajes principales como lo son Sasuke, Naruto y Sakura, en donde el valor fundamental en ellos a representar al público es lealtad, convivencia, amistad.

Ahora bien, esta serie maneja elementos muy importantes en donde se puede aprender de la cultura nipona, ya que desde el nombre del personaje hasta sus características son representativos del mundo real, o de la cultura japonesa, por ejemplo el nombre de Naruto es uno de los ingredientes que se utilizan para hacer el ramen, y también hay una ciudad que tiene llamada uzumaki. También algo que ha generado impacto en el personaje es que tiene en su interior un zorro de 9 colas, el cual es un animal místico de Japón, ya que es una veneración, además ellos creen que el zorro si le puede crecer más de una cola.

Por otro lado, el sistema artístico por parte de estas series como Naruto u otras tienen simbología la cual representa los personajes y el público se siente identificado, por ejemplo todos los humanos tienen un mejor amigo que a la vez es su rival, en educación, deporte, video juegos, hasta para conseguir pareja, asimilando estas aptitudes en la vida real, y ese rival es el arrogante que siempre tiene mejor éxito que el otro.

También asemejar el interés por su cabello de color, ojos grandes y cuerpo cultural, por esto, Jorge Carrión asimilaba que el entretenimiento es un arte proporcional, ya que el sistema se sostiene mediante un concepto llamado arte del entretenimiento, el autor dice además que “éste no puede renunciar a la materia de las series; ni a la belleza de los planos” (Carrión, J, 2015, p 51).

También los pensamientos independientes de las personas son cotidianos y tradicionales, haciendo más fácil el acceder a otras culturas sociales, identificándose con las diferentes series japonesas, según David Parada en su trabajo “El Otaku como Arte” los gestos artísticos de estos dibujos animados de manera imprevista, crean una gran simpatía en el joven por sus diferentes modalidades de crear historias.

En consecuencia de la evolución hoy en día de la humanidad y el arte ya tiene varias orientaciones diferentes hacia lo que era el arte popular “considera que el objeto de arte siempre posee un carácter sensible y está situado en un momento histórico del que no puede abstraerse para ser comprendido de manera adecuada” (Cascales, R, 2014 P 209) esto aplicado al anime, vemos que se puede comprender gracias a su fácil modo de comunicar a los jóvenes lo que se quiere interpretar, como caso concreto los sentimientos, valores y que el arte se centre en esa esencia de comunicar y transformar un dibujo animado en una forma de vivir para el aficionado.

Dentro de la televisión y la internet, por medio del anime no sólo se puede admirar una cultura diferente a la de un país latinoamericano, ya que la forma de combinar un destillado grafico de dibujo con ojos grandes, cabello largo y representaciones de la vida real, en donde el personaje principal siempre es un joven de la edad entre los 12 y los 22 años de edad. Por ello la audiencia se siente identificada, ya que la mayoría de personas que ha admirado estos programas son siempre jóvenes encontrando nuevas experiencias o nuevos tabús que los alejan de la vida real.

Un ejemplo de esto son las aventuras innumerables de los niños elegidos como Digimon, una serie acción y ficción en donde 7 niños elegidos entran a un mundo digital y conocen los famosos digital monsters, los cuales fueron influenciados para batallar con todos los villanos que salieran en esta serie. Al pasar los capítulos, los niños se hacían fuertes gracias a su valentía y carisma que tenían los personajes de la serie, enseñando lo importante que son los valores del amor, la amistad, la sinceridad, el valor, el conocimiento entre otros aspectos que se identifica en un ser humano, que se presentan en este programa, y toda esta serie, creada por Akiyoshi Hongo, fue inspirada por el famoso Tamagochi, el video juego con el que creció toda una generación, donde se tenía que cuidar una mascota digital. En ello los

gráficos representativos de esta serie fueron influencia para no solo quedar en una historia, también se crearon al día de hoy otras 7 historias con las mismas características pero evolucionando en la nitidez, los gráficos, los personajes, los colores y la evolución de la tecnología en la vida real, se ha reflejado en los frecuentes cambios de una historia tras otra.

Ahora los colores de las series de anime en general es uno de los aspectos más relevantes que volvió popular su cultura del arte y el dibujo, ya que combinar diversos colores ayudo a tonificar una esencia que sólo los identifica a ellos, siendo diferentes a Disney Channel, Marvel y entre otras agencias de dibujo y cómics. Un ejemplo claro del cabello azul de la protagonista con sus ojos amarillos resaltan lo importante que es jugar con los colores en estas series, mostrando una identificación de los productos ánime japonés, influyendo en redefiniciones del arte, ya que es impensable entender que el ánime genera un objetivo artístico y cultural, así lo afirma Delfina Zarauza en su trabajo “Pensar el arte como trabajo” ya que se puede apreciar un buen trabajo para grandes artistas, los cuales se fundamentan en su trabajo de dedicación e ímpetu del profesionalismo (Zarauza, D, 2017, P 93).

Además de gráficos de calidad y un buen juego de colores para mostrar un tipo de arte diferente al habitual, los dibujos animados dentro de la pantalla son exhaustivos trabajos, en donde dibujantes, escritores, editores, historiadores y demás detrás de estos trabajos transmiten un sentimiento y una enseñanza en sus programas. Por ejemplo el amor por un buen dibujo diseñado con el fin de ampliar la imaginación de las personas, que se pueda crear más aspectos de entendimiento y que los dibujos pueden comunicar, tanto así que esta industria japonesa puede superar los ámbitos de imaginación de Estados Unidos, donde últimamente solo se están concentrando en hacer caricaturas para burlarse de la sociedad como lo es “Un Show Más”, una caricatura con baja presentación, bajo interés por demostrar un verdadero arte, a diferencia del trabajo de un ánime donde se presentan pocos capítulos pero mucha historia y un gran interés por centrar la trama en una buena ficción.

Por último, el ampliar la idea de que el ánime si es capaz de cambiar la cultura de las personas, si es posible gracias a su variedad de géneros que acompañados con buenas tramas y buenos dibujos, además de guiones centran al televidente a apreciar esta cultura, tal vez, en Japón no todo es perfecto, pero eso es lo que vende su industria ánime, que la cultura

japonesa puede estar por encima de potencias mundiales como Estados Unidos, Alemania y ellos aumentan su capacidad generando un buen desarrollo humano en donde ellos mismo lo dicen no son súper inteligentes solo son ordenados y por ende tienen éxito.

## CONCLUSIONES

La realización de este artículo permite una conclusión de cómo el anime ha influido en la vida del latino, por sus innumerables historias y su gran capacidad para influir la cotidianidad de los ciudadanos, al invertir 30 minutos o un domingo completo para ver series que marcaron la infancia de varios jóvenes y adultos, historias que surgieron por medio de la imaginación de varios creadores e ilustradores que han contribuido para el desarrollo cognitivo, donde se logra reconocer desde una mirada diferente los componentes desde el televidente.

Ahora bien, hoy en día la mirada de diferentes generaciones en las mismas historias, haciendo que se entrelacen como compañeros hablando del trabajo de ilustraciones orientales hecha con el fin de entretener, pero más allá de lograrlo, generar un vínculo comunicativo para aumentar la capacidad analítica. Permite la identificación de estos componentes a través de los colores, canciones, guiones, escenas y gráficos los cuales son herramientas en la que el anime se represente ante su diverso público.

Encontrar diferentes sentimientos que el anime genera hace que realmente que en algunos países sea una herramienta de ayuda para el crecimiento cultural del Latino, sin embargo este tipo de emociones que el anime genera, hace que actualmente en algunos países sea tomada una herramienta de ayuda para el amplio conocimiento cultural por ello el aporte comunicativo que genera el anime tiene buenas alternativas de entendimiento y gusto, se puede ver desde diferentes dramas y diferentes ideas en ilustración para conocer y de vez en cuando entender la cultura japonesa, tanto en su pasado, presente o futuro como por ejemplo uno muy representativo que fue Samurai X el cual habla de la era meiji, durante un periodo donde el país Japonés empezó su modernización y occidentalización erigiéndose como potencia mundial.

## Bibliografía.

- Cañizares Ruíz, M. del C. (2008). LA “RUTA DE DON QUIJOTE” EN CASTILLA- LA MANCHA (ESPAÑA): NUEVO ITINERARIO CULTURAL EUROPEO. Universidad de Castilla La Mancha., 55–75.
- Carrión, J. (2015). ¿SON LAS SERIES ARTE CONTEMPORÁNEO? FES COMUNICACIÓN, (15), 49–52. <https://doi.org/978-958-8677-28-6>
- Cascales, R. (2014). ¿Qué es el arte? Anuario Filosófico, 47(1), 208–211.
- Colorado Castellary, A. (2010). Perspectivas de la cultura digital. Kultura digitalaren ikuspegiak., 15(28), 103–115.
- Cópil, A. (2003). La furia del Yu-gi-oh! Contenido, (484), 59–59.
- Fuenzalida, V. (2006). Los niños y la televisión. Centro internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, 40–45.
- Fuenzalida, V. (s/f). LA INFLUENCIA CULTURAL DE LA TELEVISIÓN. FUNDACIÓN DIALNET, 1–9.
- Lozano, J. C. (2008). Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina. Foreign film and television consumption and appropriation by Latin American audiences., 16(30), 67–72.
- Morley, R. (2004). MECANISMOS DE CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL en las series de ficción: el caso de la televisión autonómica en España. Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas, 10(20), 45–77.
- Otomo, K., Miyazaki, H., Toriyama, A., & Aoyama, G. (2002, marzo 18). Historia del manga y anime. Recuperado a partir de [http://www.kaicron.com.ar/paginas/cultura\\_japonesa/manga/historia\\_manga\\_inicio.htm](http://www.kaicron.com.ar/paginas/cultura_japonesa/manga/historia_manga_inicio.htm)
- Parada Morales, D. (2012). Una expresión artística que subjetiva al Otaku. Tesis sicológica 7, 160–175.
- Sandoval Escobar, M. (2006). LOS EFECTOS DE LA TELEVISIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LAS AUDIENCIAS JÓVENES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA CONVERGENCIA Y DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES. Universitas Psychologica, 5(2), 205–222.

Santa Ana, A. R. (2001). El Canal 13 de televisión, de Yucatán, México, como proyecto gubernamental de identidad audiovisual. *Revista Latina de Comunicación Social*, (39), 1–12.

Vidal Pérez, L. A. (2010). El Anime como elemento de Transculturación. Caso: Naruto. (Investigación). Universidad Cersar Vallejo, Perú. Recuperado a partir de [https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2010/100074/anime\\_a2010.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2010/100074/anime_a2010.pdf)

Vizcaíno G., M. (2004). La legislación de televisión en Colombia: entre el Estado y el mercado. *Historia Critica*, (28), 87–103.

Zarauza, D. (2017). Pensar el arte como trabajo: La autogestión y nuevas posibilidades laborales para los artistas. *Hinking about art as work: self-management and new job opportunities for artists.*, (44), 83–99.