

**INCLUSIÓN CULTURAL “OTAKU”: EL AUDIOMANGA PARA PERSONAS EN
CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD VISUAL**

JUAN SEBASTIÁN GAONA UMBAJAN

CC. 1016108190

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA MULTIMEDIA Y COMUNICACIÓN DIGITAL

BOGOTÁ, D.C

08.07.2022

ÍNDICE:

- 1. Resúmen- Abstract**
- 2. Agradecimiento y dedicatoria**
- 3. Introducción.**
- 4. Formulación de la problemática**
- 5. Pregunta problema**
- 6. Objetivos. General y específicos**
- 7. Segmentación de grupo objetivo**
- 8. Justificación**
- 9. Referentes teóricos y marco conceptual**
- 10. Diseño Metodológico**
- 11. Diagnóstico comunicativo**
- 12. Estrategia de intervención**
- 13. Concepto de diseño**
- 14. Conclusiones**
- 15. Bibliografía**

RESUMEN

El manga y el anime tienen una industria del entretenimiento gigante detrás millones de fanáticos compran manga y ven series año tras año pero ahí "Sebas te lo cuenta" como proyecto de redes sociales encontró una oportunidad de aportar y es que en las grandes industrias no se suele tomar en cuenta aquellas comunidades que también quieren y disfrutan las narrativas ricas en contenido, un contenido de valor que cautiva a las personas y que afianza más valores de los que a priori alguien desde fuera podría observar. El objetivo de este proyecto es el de llevar las narrativas del manga/anime y la cultura otaku a un formato más inclusivo, que con ese producto las personas en condición de discapacidad visual puedan disfrutar y entretenerse sintiéndose cautivados y queriendo hacer parte de la cultura "Otaku"

ABSTRACT

Manga and anime have a giant entertainment industry behind millions of fans who buy manga and watch series year after year but there "Sebas tells you" as a social network project found an opportunity to contribute and that is that in the big industries they do not know take into account those communities that also want and enjoy narratives rich in content, valuable content that captivates people and that

strengthens more values than someone from the outside could observe a priori. The objective of this project is to bring the narratives of manga/anime and otaku culture to a more inclusive format, that with this product people with visual disabilities can enjoy and entertain themselves, feeling captivated and wanting to be part of the culture " otaku"

Un agradecimiento para todos y todas...

Aquellos que eran los raritos de su clase por creer en historias de super heroes, espadachines y magos, ya que en el fondo ustedes siempre quisieron el poder para ayudar a otros, para salvar a aquellos que por su condición no podían pelear.

Gracias a aquellos que me han apoyado en la figura de “Sebas te lo cuenta” interpretando miles de vidas a través de mi voz, sin ustedes jamás habría conseguido esta plataforma que todo comunicador querría, un espacio para compartir ideas nuevas.

Gracias a mis padres por el apoyo incondicional desde mis primeros pasos como periodista, en ustedes esta gran parte del mérito, esto es de ustedes también.

Y por último gracias a la comunidad en condición de discapacidad visual por abrir las puertas al diálogo para intentar contruir algo entre todos, el cambio social tiene como pilar a la empatía y fue un gusto haber trabajado con ustedes.

3. INTRODUCCIÓN

El tema de la presente investigación es la inclusión cultural al anime y manga extendiendo esto como una puerta de entrada a la cultura japonesa, la llamada cultura “Otaku” en los últimos años ha crecido exponencialmente en lo económico siendo capaz de vender más de 100 millones de tomos de manga en el año 2021 o en seguidores a nivel mundial, manifestando su presencia tomándose las redes sociales y eventos muy populares de grandes superficies como el SOFA aquí en Colombia.

El anime y principalmente el manga, en sus inicios comenzó como una expresión artística que tenía la idea de contar historias y es que “En el caso específico del manga nos encontramos con una enorme cantidad de productos simbólicos, no podemos equivocarnos al mencionarlo como un género o estilo en sí de práctica artística, ya que, él mismo incorpora historias de diversos ídoles desde cuentos infantiles, para adolescentes, para adultos, y dentro de las categorías etarias, también hay distinciones de géneros, de espacios, de gustos, de prácticas”

(NAPIER, 2010, p2.)

4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Como el Manga y el Anime son productos de un alto nivel audiovisual, según Camilo Garnica jefe de redes sociales en la INCI (Instituto Nacional para Ciegos) y persona en condición de discapacidad visual: “El interés por la comunidad en cosas de anime y manga no es muy alto principalmente porque **casi ninguno ha tenido acceso a este tipo de historias**, pero que este baja por ahora no quiere decir que el interés no vaya crecer en un futuro si se le da un producto de calidad a las personas” Con este diálogo realizado con la entidad que más cercanía tiene a la

comunidad en el país y viendo el movimiento en redes sociales del grupo social frente a estos temas, se puede hacer un diagnóstico y es que el bajo nivel de apropiación cultural del anime y del manga por parte de las personas en condición de discapacidad visual es debido a la **inexistente inclusión de este grupo a la cultura “Otaku” por la ausencia de producción de narrativas con accesibilidad o audiodescripción**, la naturaleza del manga es meramente visual y el anime un producto audiovisual pero en este último tampoco se genera la accesibilidad para que estas personas puedan disfrutar de la narrativa.

En cuestión existen Audio Mangas pero estos son producidos sin la intención de ser inclusivos y accesibles, más allá de un simple fandub, no existe una producción que se proponga llevar estas narrativas a personas en condición de discapacidad visual y que a su vez estos se encuentren una motivación para acercarse a la cultura nipona, en otros productos de la cultura del entretenimiento si se ha tomado en cuenta a este grupo social, tanto en la adaptación de literatura clásica referentes como El quijote de la mancha o en el caso colombiano Cien años de soledad a audiolibros, por el lado de las series de televisión por streaming plataformas como Netflix han implementado la audiodescripción en algunas series de gran renombre como The mandalorian.

5. PREGUNTA PROBLEMA

¿De qué manera generar un proceso de inclusión cultural en torno al anime y manga en personas con discapacidad visual?

6. OBJETIVO GENERAL

Generar un proceso de inclusión cultural en torno al anime y el manga en personas con discapacidad visual, a través de la generación de contenidos auditivos para plataformas digitales como Spotify, Facebook y TikTok.

Objetivos específicos

1. Explorar el interés por las narrativas que propone la cultura “otaku” entre la población con discapacidad visual, mediante el uso de entrevistas con los principales encargados del INCI
2. Caracterizar los elementos que definen la cultura “otaku” para representarlos en el contenido transmedia.
3. Generar contenidos de transmedia sobre los valores que esta cultura propone en las dimensiones del lenguaje, las costumbres y la vida cotidiana.

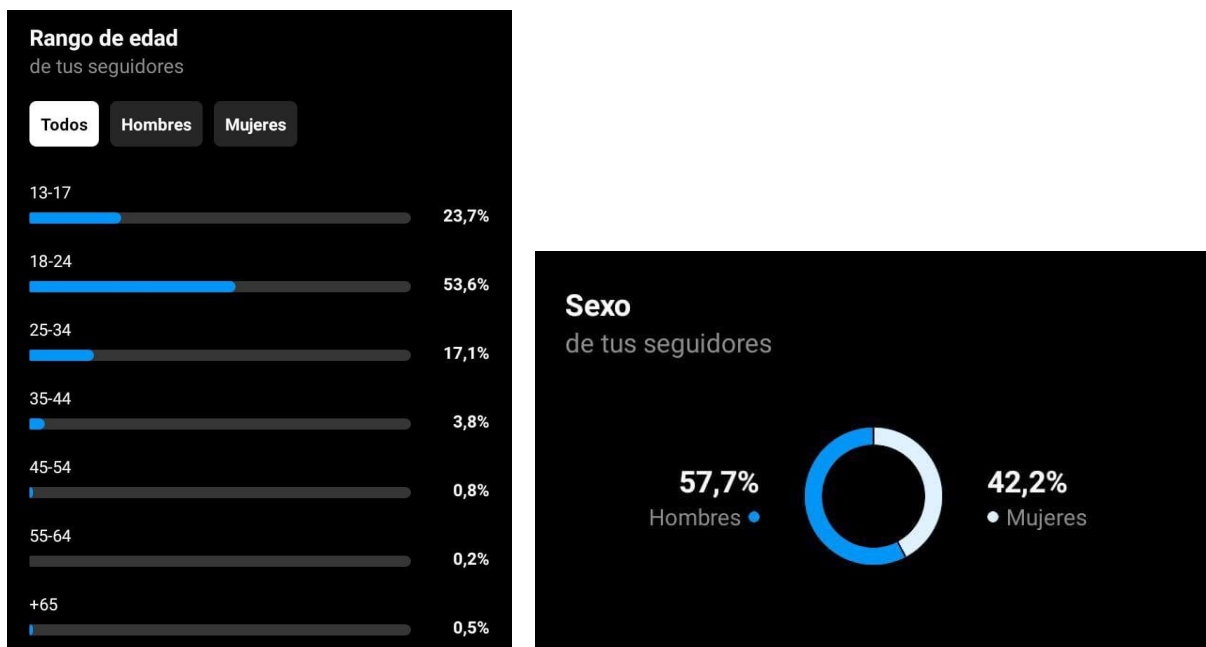
7. SEGMENTACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

(Stakeholders Internos y externos)

- **INTERNOS:** 1. Comunidad invidente de Bogotá, ya sea independientes o afiliados INC
- 2. Familiares y conocidos de la comunidad invidente en Bogotá, necesarios para que le transmitan el contenido al público objetivo
- 3. “otakus” o personas invidentes Colombianas, sin perder de vista el origen de “Sebas te lo cuenta” podemos alcanzar el interés de algunos de ellos

- **EXTERNOS:** 1.Editoriales que estén interesadas en adaptar sus obras al modelo auditivo 2.Organizaciones públicas interesadas en el desarrollo cultural de la juventud cercana al anime y manga 3. Organizaciones privadas interesadas en la pauta publicitaria a través del canal.

El uso de una perspectiva empresaria tomando en cuenta a las partes interesadas se utiliza para hacer una muestra de que tan comerciable sería el producto transmedia dentro de la comunidad en condición de discapacidad visual y demás interesados, pero desde este proyecto también utilizamos otra muestra trabajando una de las características del manga/anime y son sus demografías.



Gráficos de edad y sexo, RRSS “Sebas te lo cuenta” 2022.(1)

Para tener una muestra mucho más fiable decidimos usar el modelo tradicional del manga con sus respectivos nombres. Para comprensión del lector una breve descripción de lo que significa el nombre de cada una:

- Kodomo, dirigido a niños pequeños.
- Shōnen, dirigido a chicos adolescentes.
- Shōjo, dirigido a chicas adolescentes.

- Seinen, dirigido a hombres jóvenes y adultos.
- Josei, dirigido a mujeres jóvenes y adultas.

Los gráficos que se muestran en el texto son tomados del proyecto de redes sociales “Sebas te lo cuenta” centrado en el manga y anime, las cuentas asociadas a este nombre suman más de 250.000 seguidores y como tal ofrecen una masa bastante fiable que puede ser alcanzada de forma directa o indirecta al promover este producto transmedia. En el análisis de las métricas de los últimos meses nos arroja que el producto final a realizar como solución a la pregunta problema debe ser enfocado desde la demografía **Shōnen** (*Hombres entre los 13 a 17 años*) y **Seinen** (*Hombres entre los 18 a 24 años*) Al utilizar una narrativa atractiva para estas demografías, se lograra alcanzar un público objetivo de forma orgánica.

8.JUSTIFICACIÓN

Con el proyecto de “Sebas te lo cuenta” se quiere crear un referente en términos de comunicación en torno a la cultura otaku y así mismo desde esta influencia promover un espacio de inclusión de todos los grupos sociales o en condición de discapacidad. Ya que no hay trabajos o proyectos que exploren cómo desde la transmedia se puede generar un proceso de inclusión cultural en personas con discapacidad visual y mucho menos en temas relacionados con el anime y el manga, se tomó la decisión de proponer una solución desde la producción de este contenido, si bien “Sebas te lo cuenta” ya aplica herramientas de accesibilidad para personas con discapacidad auditiva como el subtulado de videos y narraciones de manga, se quiere alcanzar un nuevo público, con el aprovechamiento de los recursos sonoros en pro de difundir la riqueza de las narrativas japonesas dentro de la comunidad en condición de discapacidad visual.

Narrar y vivir historias son dos elementos que hacen parte de la cultura del entretenimiento japonés por su parte el manga tiene su origen de la tradición japonesa de hacer grabados en papel para narrar historias, a *grosso modo* este es el origen del cómic japonés. De hecho el término manga se da a partir de la principal obra de Hokusai Katsushika: HOKUSAI MANGA

Así pues la idea de Sebas te lo cuenta es crear un producto nuevo, el audio manga, la transformación del manga al mundo auditivo para promover la inclusión de las personas en condición con discapacidad visual a la Cultura “Otaku”, El elemento de la cultura que se quiere afianzar en este grupo es el de los valores que esta cultura promueve a través de sus narrativas.

Para distribuir este producto y llegar a todas las audiencias se buscó dos plataformas que ofrecen una gran accesibilidad y propicien las cualidades de lo sonoro, Spotify, TikTok y Facebook. Estas plataformas se han apropiado en gran medida del mercado de entretenimiento a través de redes sociales, Spotify con la música en streaming y Tiktok con el mundo de los videos cortos y ni hablar de Facebook el espacio social de millones alrededor del planeta.

Con este proyecto no solo se logra aportar a la creación de algo novedoso en términos de comunicación alternativa e inclusiva sino que también el aprovechamiento de las dinámicas transmedia con fines sociales y de entretenimiento.

9. REFERENTES HISTÓRICOS Y MARCO CONCEPTUAL

Los conceptos más importantes de la investigación son los siguientes:

Manga/ Anime

El término **manga** se da a partir de la principal obra de Hokusai Katsushika: HOKUSAI MANGA. El cómic japonés comenzó a publicarse periódicamente en

revistas hechas para diversas demografías y con el fin de generar mayores ingresos y promocionar sus series se decidió dar una adaptación animada a las que fuesen más populares entre los lectores, la primera serie reconocida en generar esta transición del papel a la televisión fue ASTROBOY (1952) de Osamu Tezuka este manga hace parte de la demografía shonen y tuvo su adaptación al anime once años después el primero de enero de 1963.

La etimología de la palabra **ANIME** es bastante controvertida ya que desde cada parte del mundo tiene un significado diferente para los japoneses el anime es todo producto de animación, pero cuando se trata en tierras occidentales se refiere a todo producto de animación con origen en el país del sol naciente.

El término “**Otaku**” tiene diversos significados y su origen en relación con su significado actual puede sorprender a muchas personas, “En Japón, hablar de ‘otaku’ conlleva una serie de matices con una carga peyorativa que nos indican tanto la inicial intención discriminatoria de esta etiqueta como la pervivencia de esa idea en la sociedad” (Cruz,2021) por su relación con el “Incidente de miyazaki” posteriormente y con el crecimiento de la cultura anime/manga múltiples autores generaron una resignificación del término asemejando más a él de “*una persona aficionada a...*” a modo de ejemplo en la zona occidental tenemos el término “Geek” así pues a día de hoy la “Cultura otaku” se refiere a aquellos aficionados a los productos de entretenimiento japonés.

Con esta resignificación del término y su expansión por otros países la cultura del manga/anime ha tenido una buena acogida, incluso la población más adulta creció viendo ciertas series como **Astroboy, meteoro, Akira o Doraemon** sin saber que

eran series de animación japonesa, esas series hoy en día se pueden tomar como clásicos, o series de culto pero con cada generación siempre hay una serie de animes icónicos y reconocibles, ya que incluso los del pasado por su alta calidad narrativa pueden ser disfrutados por públicos de todas las edades, pero un elemento clave de esta cultura es que se mueve por más espacios de consumo, figuras, películas, ropa, restaurantes y contenido por redes sociales.

Las narrativas del manga y el anime están clasificadas en unos generos demograficos y temáticos que determinan en gran medida cómo se van a desarrollar las historias, en este proyecto vamos a tomar las demografías Shonen y Seinen, las dos más populares entre los consumidores de esta cultura, estas dos demografías refieren a los jóvenes adolescentes y a los adultos, en el apartado del **Shonen** se encuentran narrativas que promueven el crecimiento personal desde el trabajo en equipo, el poder de la amistad, nunca rendirse y este esquema se repite alrededor de los demas generos tematicos, por su lado el **Seinen** propone narrativas más adultas que buscan generar una crítica más fuerte y directa sobre aspectos sociales del mundo y la cultura japonesa.

En pocas palabras, el manga es la representación del cómic japonés. Existen varias versiones de este Revistas de demografía, capítulos y tomos

Revistas de demografía: Son revistas que salen semanal o mensualmente y contiene capítulos de varias series con narrativas que se ajustan a una demografía en particular, una de las más populares es la weekly shonen Jump (Imagen 1)



Portadas de la weekly Shonen Jump(1)

(De izquierda a derecha) Jump #36-37 y Jump #45

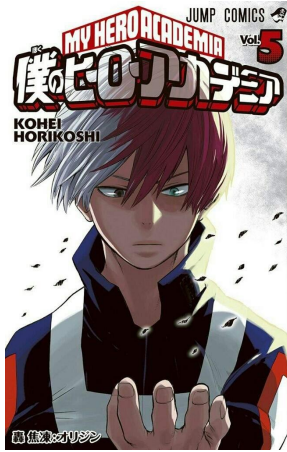
Capítulos: Estos se emiten semanalmente o mensualmente según la demografía y la revista a la que este afiliados, pueden salir en formato digital tambien pero siempre se manejan a blanco y negro que se leen de derecha a izquierda, las paginas a color son solo para conmemorar algo especial. (Imagen 2)



Paneles de Manga.(2) Tokyo Revengers capitulo 118, Ken Wakui

Tomos o recopilaciones: Con el fin de recopilar los capítulos que salen periódicamente en las revistas de demografía algunas editoriales se encargan de distribuir tomos con 5 o 6 capítulos aproximadamente de una serie, estas reimpressiones usualmente cuentan con mejor calidad y un arte más cuidado.

El arte de los tomos siempre es decidido por el mangaka y se mantiene este arte para las versiones que se distribuyen a otros países.(Imagen 3)



Tomos de Manga(3)

(En orden de izquierda a derecha) *Boku no hero academia* #5, Kohei Horikoshi. *Shingeki No Kyojin* #29, Hajime Isayama. *Tokyo Revengers* #24, Ken Wakui.

Lenguaje sonoro

Para este proyecto es de vital importancia entender las cualidades del audio t como este puede ser trabajado como un lenguaje, según **Aceituno (2010)**

El lenguaje sonoro es uno de los más emotivos y sensuales: apela a la imaginación de quien lo escucha, su fugacidad convoca la atención de un modo muy intenso y, aunque se lo define a grandes rasgos como unisensorial (solo perceptible mediante el oído), lo cierto es que incluye una dimensión táctil, ya que las ondas graves del sonido también se captan con todo el cuerpo, especialmente a través de la piel.

También es importante reconocer que el lenguaje sonoro se compone por varios sistemas expresivos entre los que se encuentran: la voz humana, la música, el silencio y los ruidos y efectos sonoros y estos a su vez tiene cualidades y elementos en común como la duración, el tono, la intensidad y el timbre

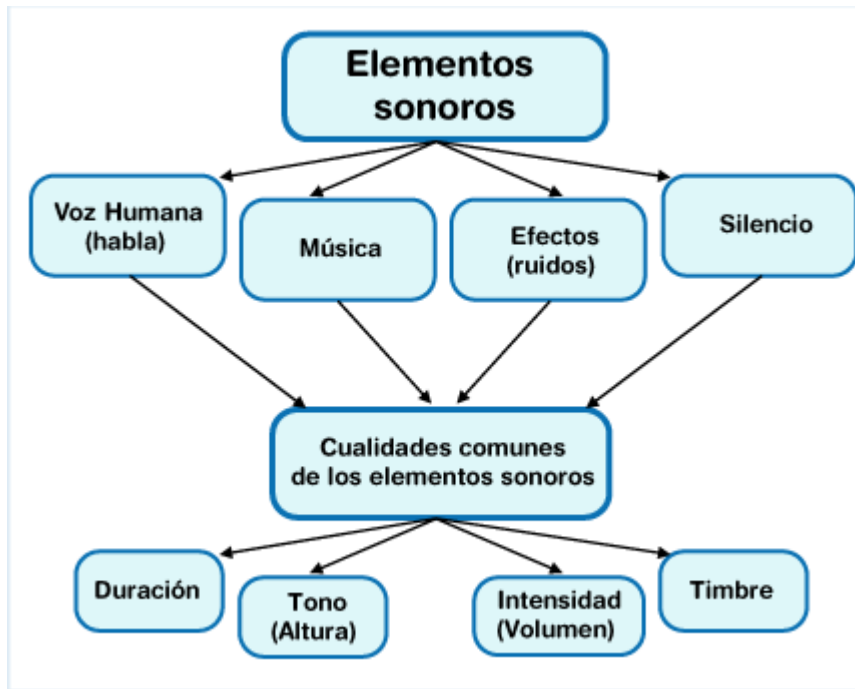


Gráfico: Aceituno (2010) *Sistemas expresivos (4)*

Con la definición de lo que es un lenguaje sonoro podemos decir que hay una oportunidad de utilizar este lenguaje como una herramienta para la transformación del manga a un formato auditivo, sin perder aquello que lo hace especial y atractivo si no que por el contrario se pueden potenciar mucho las cualidades de aquellas narrativas, a través de los paisajes sonoros.

Paisaje sonoro: La visión nos permite crear mapas, conocer un entorno y entenderlo desde sus detalles todo lo que vemos genera información y se recopila constantemente en nuestro cerebro pero también son sus sonidos los que complementan esta imagen o incluso podrían crear una nueva. “El sonido es la “voz” de una sociedad, de un paisaje, de un medio ambiente. Si comprendemos los significados del sonido comprenderemos lo que un lugar, una sociedad están diciendo acerca de sí mismos.

Si comprendemos el comportamiento del sonido podremos oír cómo una sociedad se comporta en relación con su medio ambiente. Si oímos nuestra propia audición,

también podremos oír la manera en que nuestra propia producción de sonidos en la vida diaria influye sobre la calidad del paisaje sonoro.” (Westerkamp, 1994)

Los conceptos anteriores y su comprensión aportan a la creación del producto final pues, a la hora de crear un producto transmedia apropiado a un espacio auditivo, si se quiere lograr una experiencia inmersiva que incluya de mejor manera a las personas en condición de discapacidad visual, se debe crear un mundo totalmente nuevo usando los paisajes sonoros, estos deben estar vivos y tener su propia personalidad, como parte del lenguaje sonoro acompañarán de muy buena forma a la voz, y a otros sistemas expresivos, todos los elementos unidos en forma de producto dan como resultado una narrativa mucho más inmersiva y una transformación mucho más precisa.

10. Diseño metodológico

Metodología Marco Lógico

El marco lógico se desarrolla desde la identificación de una estrategia que responda a los objetivos planteados al inicio del proyecto , dejando claro a qué tipo de públicos están dirigidos , costos, riesgos y la creación de un producto transmedia.

11. DIAGNÓSTICO COMUNICATIVO

El proyecto se desarrollará en tres fases:en la primera ***explorar el interés por las narrativas que propone la cultura “otaku” entre la población con discapacidad visual***, ubicando al público dentro de ***una clasificación de los géneros demográficos del manga (kodomo, shonen, shojo, josei y seinen)*** que pueden ser impactados con la transformación de este contenido.

Entendiendo que demografías entran en los intereses de los involucrados podemos plantear que tipo de narrativa es mejor y más adaptable al formato auditivo, ya que es importante **caracterizar los elementos clave de la cultura “otaku” que deben ser transformados**. Esto con el fin de que sean fielmente adaptados para la creación del producto transmedia , que en primera instancia tiene como objetivo ser una serie de podcast, para la creación de esta propuesta se consultaron algunos referentes extranjeros y el más importante es Tiflonexos la primera biblioteca de audiolibros de habla hispana, mediante un registro gratuito en la web y en la interacción con la web se ve que hay bastante literatura universal pero no existe un referente de la cultura “otaku” se referencia que la Tiflotecnología es crucial para este proyecto, ya que son las herramientas creadas para facilitar la vida de las personas con discapacidad visual y su interacción con ciertos ambientes, entre los más famosos para PC se encuentran los sistemas DEISY y JAWS que permiten transformar el texto a un formato auditivo, para los dispositivos móviles también hay diferentes aplicaciones que cumplen esta función dependiendo de su sistema operativo desde el proyecto se propone el uso de Google talk back.

ACTIVIDAD	COSTO EN PESOS
Salida de campo: INCI	Transporte: 10.000 Alimentación: 20.000
Elementos para la producción del podcast	Software (Adobe Audition, Adobe Photoshop): 100.000 Micrófono: 25.000 Plataforma de difusión: 0 (15% en el caso de generar regalías) Derechos intelectuales: 0 Planta y equipo: 50.000 Recursos humanos (Ilustración y diseño): 100.000
TOTAL	305.000

Costos para una producción básica del audio manga: por “Sebas te lo cuenta”

Planteamiento de riesgos –riesgos del proyecto

- **Desinterés por parte de las entidades públicas:** Se tiene en mente que uno de los métodos de difusión pueda ser un acercamiento a la INCI o en pequeña escala a alguna alcaldía interesada en desarrollo cultural; No es primordial para la difusión del proyecto ya que se tienen otros canales pero puede ser problemático para una expansión a largo plazo.
- **Derechos de autor:** Los mangas y animes son piezas protegidas con sus respectivos derechos de autor. Desde la investigación y con apoyo del INCI

se conoce que en cuestión de derechos de autor las piezas que sean producidas serán cobijadas por el tratado de Marrakech (**Constitución política de Colombia, Ley No 2090 del 22 de junio de 2021**) para facilitar el acceso a las obras publicadas a las personas ciegas, con discapacidad visual o con otras dificultades para acceder al texto escrito.

12. ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN

Entendiendo lo anterior el producto intervendrá de la siguiente manera, primero se creará una pieza auditiva que contextualiza a los protagonistas sobre el origen del manga, la cápsula tendrá una duración de 3 minutos aproximadamente esto con la intención de generar una entrada orgánica para aquellas personas ciegas que nunca han tenido un contacto con la cultura “Otaku”



Portada primer producto auditivo (referencia y visual para texto alternativo de audiodescripción y para otros interesados)

La pieza que se presentará será el capítulo 1 del manga TOKYO REVENGERS creado por Ken Wakui y que hace parte de la demografía **shonen** como géneros temáticos en esta obra tenemos **viajes en el tiempo, acción y romance**, unido a esto recordamos la aplicación del tratado de marrakech.



Portada segundo producto auditivo (Referencia y visual para texto alternativo de audiodescripción y para otros interesados)

Difusión

El proyecto educativo tendrá varios frentes en donde se dará su difusión y como tal los resultados esperados son diferentes, primero se plantea compartirlo con los expertos del área de comunicaciones del INCI con el apoyo y aprobación de ellos se acordará probarlo en un grupo focal, ya que con el apoyo de los expertos será mucho más fácil el planteamiento del proyecto para las personas que viven con esta condición de discapacidad visual, pues usualmente presentan una resistencia a lo que un vidente pueda presentarle desde su perspectiva.

tanto de la audio descripción de personajes, ambientes y acciones, pues lo ideal es que esas sensaciones que el imaginario genera solo con leer puedan ser creadas sin usar el sentido de la vista con el producto de origen, y el tercer guion tiene que ver con la construcción de un paisaje sonoro, esto con el fin de seducir al oyente al máximo y que pueda conectar con cada capítulo de este producto.

En cuestiones de diseño visual como el producto presenta portadas de colores con los artes del manga, nombre y descripción del capítulo a tratar, este elemento sirve para atraer al público que no sufre la condición de discapacidad visual pero así mismo tiene otra función y es que en la programación web estas imágenes tienen un texto alternativo que además del posicionamiento SEO otorgan una guía para los sistemas de audio descripción, un punto clave del aporte que queremos hacer para que el acceso a este producto sea de la forma más orgánica posible.

14. CONCLUSIONES

La posibilidad de incluir a una comunidad en condición de discapacidad visual a un mundo como el de el anime y manga es posible mediante el aprovechamiento de las herramientas que tenemos a nuestra disposición actualmente, la transmedia y las redes sociales han revolucionado las posibilidades y el campo de acción de los comunicadores sociales pero algo clave más allá de saber usar las herramientas tecnológicas está el comprender al otro y es que al inicio de este proyecto mi único insumo era una idea que se venía desarrollando desde el proyecto de "Sebas te lo cuenta" pues jamás a modo personal había pensado en cómo era la vida de alguien en condición de discapacidad visual, solo existía el imaginario de que no se veía pero no comprendía la complejidad que para ellos representa vivir en un mundo donde se ignoran las necesidades de los demás, fue en la investigación y el diálogo

con los protagonistas que pude encontrar las respuesta que ni siquiera el todopoderoso google podia ofrecer.

Una conclusión que no se puede ocultar es que de por si el grupo social no presenta un interes por las narrativas de la cultura otaku en particular pues solo existe ese conocimiento en aquello que lo disfrutaron antes de adquirir la condición a diferencia de aquellos que jamas tuvieron contacto con ella, es por eso que esto no solo se tranforma en el reto de vender unas narrativas pertenecientes a una cultura extranjera si no tambien el de generar esa apertura a algo nuevo, es por eso que tambien se puede concluir que las narrativas propias del manga/anime son muy destacables, historias que son capaces de inspirar, motivar o sacar una lagrima a aquel que los lee, se concluye asi mismo, que el producto comunicativo tiene gran potencial si consigue los recursos economicos para hacer algo con mayor profesionalismo, en discusiones con algunos interesados como el INCI o Crunchyroll se mencionaba la posibilidad de invertir tanto con capital o talento humano en forma de actores de voz, guiones e.t.c pero lo primero era dar el paso para empezar a produccir contenidos inclusivos y accesibles para esta comunidad.

Por ultimo el resultado del producto es solo una pequeña semilla y una forma de estimular a las personas para que piensen y empaticen un poco con las formas de vivir ajenas a la propia, que en muchas ocasiones viene del privilegio y ademas motivar a la industria del entretenimiento a que vea un potencial en aquel grupo social que busca consumir y dialogar sobre las narrativas que el mundo este dispuesto a adotar para ellos, fue un reto pero a la vez es un placer llevar el mundo del entretenimiento hacia algo social, la transmedia es una herramienta multifuncional, que incluso puede cambiar la vida de los demas.

15. REFERENCIAS BIBLIO GRAFICAS

1. Asher, J., & Sola, S. (2011) *El fenómeno manga. De la OMPI*, 5(11).
2. NAPIER, (2010) S. J. *Origen del manga y el anime*. p.2
3. J,Rodríguez(2021)Fuentes sobre el origen del concepto de 'otaku' P.1
4. Aceituno, Marcelo (2010). Seminario de producción multimedia. Secretaría de Posgrado. Universidad Nacional de Quilmes. Bernal.
5. Sanguineti de Brasesco, Susana (2001). Estética en la comunicación audio. Revista Latina de Comunicación Social N° 37
6. WESTERKAMP, Hildegard, "Bauhaus y estudios sobre el paisaje
7. sonoro – Explorando conexiones y diferencias", en
8. <http://www.eumus.edu.uy/ps/txt/westerkamp.html>
9. <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202090%20DEL%2022%20DE%20JUNIO%20DE%202021.pdf>