

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

**La comunicación intercultural Oriente-Occidente a través del
Anime y del Manga**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Jingru Liu

Director

Joaquin Maria Aguirre Romero

Madrid

© Jingru Liu, 2020

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Facultad de Ciencias de la Información



TESIS DOCTORAL

**LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL
ORIENTE-OCCIDENTE A TRAVÉS DEL
ANIME Y DEL MANGA**

PRESENTADA POR:

Jingru Liu

DIRIGIDA POR:

Joaquin Maria Aguirre Romero

junio, 2020

Agradecimientos

Esta tesis no sólo es un trabajo mío, sino un trabajo lleno de muchos apoyos de las personas que he conocido durante estos años.

En primer lugar, quería expresar mi agradecimiento más sincero a mi tutor y director Joaquín Aguirre, quien me ha apoyado muchísimo durante estos años, desde mi primera clase en España de la época de máster en la UCM. Todavía recuerdo su primer seminario del año 2012-2013 que me abrió la puerta de la cultura europea.

También quería dar mis gracias a Concha, mi madre española. Llevamos 7 años viviendo juntas, me ha ayudado en muchas cosas de mi vida en España. Aunque vivo en este país exótico para mí, por ella, siempre me siento que aquí también tengo una casa, porque Concha está esperando mi vuelta allí.

Gracias a mis padres, por criarme y apoyarme hasta hoy. Que me dejaran hacer las cosas que yo quería y no me fueren para volver o casarme.

Gracias a los investigadores anteriores de los *mangas* y *animés*, tales como el Doctor Antonio Horno López y Pau Serrant, que me dan las teorías e informaciones en español sobre los *mangas* y *animés* a través de sus libros. Gracias a mi amiga Yue Wang quien está en Japón, me ha ayudado con las teorías japonesas.

Y a los dibujantes, directores y todos los trabajadores de los *mangas* y *animés*, gracias por sus trabajos, he podido empezar mi investigación y disfrutar tantas obras maravillosas.

Gracias a mi universidad de China, el Instituto Chengdu de la Universidad

de Estudios Internacionales de Sichuan, que me abrió la puerta del mundo hispanohablante. Gracias a Sohiko, mi profesor de japonés por su enseñanza.

Por último, también quería dar las gracias a mis amigas que he conocido durante estos años desde el primer día que pisé la tierra de España. Algunas han vuelto a China, algunas también están aquí en España, gracias por compartir conmigo su tiempo libre durante su estancia en España.

Índice

Resumen.....	19
Abstract.....	21
Introducción.....	24
1. Objetivo de la Investigación.....	25
1.1 Motivación.....	25
1.2 Objeto del estudio.....	25
2. Marco teórico.....	29
3. Metodología y corpus.....	32
4. Hipótesis y preguntas de trabajo.....	34
Parte I. Introducción a la cultura del <i>manga</i> y <i>anime</i>.....	36
1.1. La cultura popular occidental en Japón.....	37
1.2. La historia del <i>manga</i> y <i>anime</i> , su evolución en Japón.....	39
1. 2.1 La publicación del <i>manga</i> en Japón.....	45
1. 2.2 La historia de la animación de Japón y su evolución.....	46
1. 3. Cómo dibujar un <i>manga</i> y la adaptación de un <i>manga</i> a <i>anime</i> : el método y su aspecto intercultural.....	50
3.1. El "Plot".....	50

1.3.2. El "Name"	51
1.3.3. El "Shitae"	52
1.3.4. El "Penire"	52
1.3.5. El "tone"	53
1.3.6. El "Serifuire"	54
1.3.7. El "Colour"	54
1.4. La forma de adaptar un <i>manga</i> original a <i>anime</i>	57
1.4.1. Etapas de la realización del <i>anime</i>	58
ParteII. La transformación y el significado visual del <i>manga</i> y el <i>anime</i>...	61
2.1. Análisis de la obra <i>Las vacaciones de Jesús y Buda</i> , del <i>manga</i> al <i>anime</i>	62
2.1.1. Ejemplos de la transformación del <i>manga</i> al <i>anime</i> en <i>Las vacaciones de Jesús y Buda</i>	64
2.2. La situación general de la adaptación del <i>manga</i> al <i>anime</i> , los videojuegos, el musical y la aceptación de los fans	71
2.2.1. La adaptación de <i>Naruto</i> : del <i>manga</i> al <i>anime</i>	71
2.2.2. Los cambios del orden temporal en la narración	78
2.2.3. La adaptación a videojuegos y musicales	83
2.3. El significado visual del <i>anime</i> y el <i>manga</i> según la interpretación de E.	

Panowsky sobre las artes visuales.....	90
Parte III. La cultura del <i>manga</i> y el <i>anime</i> y el turismo: una interacción productiva.....	99
3.1. Países occidentales como escenarios de los <i>mangas</i> y <i>animés</i> y su influencia en la audiencia y la industria turística.....	100
3.1.1 Cuenca como escenario en la serie de <i>anime</i> <i>So • Ra • No • Wo • To</i>	103
3.2. La definición de <i>Seichi Junrei</i> y su influencia a Europa.....	114
3.2.1 El caso del <i>Seichi Junrei</i> a España.....	119
3.2.2 El caso de <i>Seichi Junrei</i> de la obra <i>ARIA</i>	129
Parte IV. Los estereotipos culturales en el <i>manga</i> y el <i>anime</i>.....	143
4.1. El análisis de los estereotipos y los símbolos de los países occidentales en la serie de anime <i>Hetalia</i> y su influencia a la sociedad japonesa.....	144
4.1.1 La imagen de Italia y los estereotipos en la serie <i>Hetalia</i>	145
4.1.2 La imagen de Alemania y los estereotipos en la serie <i>Hetalia</i> ..	152
4.1.3 La imagen de Francia y los estereotipos en la serie <i>Hetalia</i>	158
4.1.4 La imagen de España y los estereotipos en la serie <i>Hetalia</i>	165
4.1.5 La imagen de Japón y sus relaciones con los países occidentales en la serie <i>Hetalia</i>	169
4.1.6 La imagen de los Estados Unidos y los estereotipos en la serie	

<i>Hetalia</i>	172
4.2. La función de los estereotipos en la serie <i>Hetalia</i>	174
Parte V. Las interacciones de las culturas populares	180
5.1. La influencia de las culturas populares occidentales en el <i>manga</i> y el <i>anime</i> : películas y los superhéroes.....	181
5.2. La influencia de <i>manga</i> y <i>anime</i> de Japón en los países occidentales	201
5.2.1 <i>Manga</i> y <i>anime</i> como una cultura popular.....	201
5.2.2 Un repaso de la historia del <i>manga</i> y el <i>anime</i> en los Estados Unidos y España.....	203
5.2.3 La situación de la aceptación de los <i>mangas</i> y <i>animes</i> en los países occidentales.....	208
5.2.4 La influencia de la cultura japonesa a través de los <i>mangas</i> y <i>animes</i>	220
Conclusiones	231
Bibliografía	239
Libros:.....	240
1. Obras en japonés (por el orden gojuon) :.....	240
2. Obras en español e inglés.....	241
Hemerográficas:.....	244

1. Obras en japonés (por el orden gojuon):.....	244
2. Obras en español e inglés:.....	247
Webgrafía:.....	249
1. Páginas en japonés (por el orden gojuon):.....	249
2. Páginas en chino:.....	256
3. Páginas en español e inglés:.....	257
4. Los <i>animés</i> y películas:.....	262
Anexos.....	268
Glosario de términos.....	269
Anexo.....	273
1.El Mundo (13/02/2011): "Una serie japonesa despierta la pasión por Cuenca"	273
2. Episodios de <i>Naruto</i> (fuente: Wikipedia): los capítulos de contenidos nuevos que no aparecen en el <i>manga</i> original.....	274
3. Episodios de <i>Naruto Shippūden</i> (fuente: Wikipedia): los capítulos de contenidos nuevos que no aparecen en el <i>manga</i> original.	279

Índice de Imágenes

1 . Una parte del tomo 1 de Chōjū-giga (Wikipedia:日本の漫画の歴史)..	40
2 . <i>Hokusai manga</i> (Wikipedia:日本の漫画の歴史).....	41
3 . La portada del Japan Punch (fuente:第 1 4 0 回常設展示 明治の息吹 ー漫画・諷刺画からー).....	42
4 . La portada de número 1 de Marumaru Chinbun (fuente:第 1 4 0 回常設展示 明治の息吹 ー漫画・諷刺画からー).....	43
5 . <i>Namakura Gatana</i> (Wikipedia:アニメの歴史).....	48
6 .Un ejemplo de Name (Fuente:プロに近づく！ 漫画の描き方).....	52
7 . Diferentes tipos de screentone y su utilización (Fuente:プロに近づく！ 漫画の描き方).....	54
8 . Las portadas de <i>Shūkan Shōnen Jump</i> (No.37-38 y No.36-37).....	58
9 .Portadas del <i>manga</i> y DVD de <i>Las vacaciones de Jesús y Buda</i> (Fuente: Norma Editorial y Selecta Visión).....	62
10 .Una escena en el <i>manga</i> (Fuente: <i>Manga de Las Vacaciones de Jesús y Buda vol. I</i>).....	65
11 .La misma escena en el <i>anime</i> (Fuente: Película de <i>Las Vacaciones de Jesús y Buda</i>).....	66

12 .Las onomatopeyas y las líneas para mostrar el sonido y la luz en el <i>manga</i> (Fuente: <i>Manga de Las Vacaciones de Jesús y Buda vol.1</i>)....	67
13 .La misma escena en el <i>anime</i> (Fuente: Película de <i>Las Vacaciones de Jesús y Buda</i>).....	68
14 . La portada de la edición española del <i>manga Naruto</i> (Fuente: Planeta Cómico).....	72
15 . La escena de llevar el <i>Mikoshi</i> en el <i>manga</i> (arriba) y en el <i>anime</i> (abajo) (Fuente: <i>Manga vol.1</i> y película de <i>Las vacaciones de Jesús y Buda</i>).....	81
16 . El videojuego <i>Ultimate Ninja Storm 4</i> (Fuente: Nintendo).....	84
17 . Naruto vs Sasuke en el videojuego <i>Ultimate Ninja Storm 4</i> (Fuente: Nintendo).....	86
18 . El cartel de <i>Live Spectacle Naruto: la investigación de Akatsuki</i> (Fuente: ライブ・スペクタクル「NARUTO-ナルト-」～暁の調べ ～).....	88
19 . Flores en la corona de espinas (Fuente: la película de <i>Las vacaciones de Jesús y Buda</i>).....	91
20 . Sangre desde los estigmas de Jesús (Fuente: la película de <i>Las vacaciones de Jesús y Buda</i>).....	92
21 . El tercer ojo de Buda (Fuente: la película de <i>Las vacaciones de Jesús y</i>	

<i>Buda</i>).....	93
22 .Jesús, Buda y la casera Matsuda (Fuente: OVA de <i>Las vacaciones de Jesús y Buda</i>).....	94
23 . Los trabajadores con trajes en Japón (Fuente: NHK).....	95
24 . El puente de San Pablo en el <i>anime</i> (Fuente: Anime de <i>So • Ra • No • Wo • To</i>).....	104
25 . El puente de San Pablo en Cuenca (fotografía de la investigadora)....	104
26 . Casa Colgadas en el <i>anime</i> (Fuente: <i>Anime</i> de <i>So • Ra • No • Wo • To</i>)	105
27 . Casas Colgadas en Cuenca (fotografía de la investigadora).....	106
28 . La figura en el <i>anime</i> (Fuente: <i>Anime</i> de <i>So • Ra • No • Wo • To</i>).	107
29 .La figura del Cristo en Cuenca (fotografía de la investigadora).....	107
30 . El ayuntamiento en el <i>anime</i> (Fuente: <i>Anime</i> de <i>So • Ra • No • Wo • To</i>)	108
31 .El ayuntamiento de Cuenca (fotografía de la investigadora).....	108
32 . El edificio en el <i>anime</i> (Fuente: <i>Anime</i> de <i>So • Ra • No • Wo • To</i>)	109
33 . El edificio de la Inquisición en Cuenca (fotografía de la investigadora)	109
34 . <i>Tōrō nagashi</i> (Fuente: Anime de <i>So • Ra • No • Wo • To</i>).....	112

35 . Los <i>Emas</i> con una iglesia (Fuente: <i>Anime</i> de <i>So • Ra • No • Wo • To</i>)	113
36 . La <i>dōjinshi</i> de un ilustrador japonés sobre la obra <i>So • Ra • No • Wo • To</i>	121
37 . La Sagrada Familia en el <i>anime</i> (Fuente: <i>Anime</i> de <i>Yuri!!! on Ice</i>)...	123
38 .Los monumentos de Barcelona que aparecen en la serie de <i>anime Yuri!!! on Ice</i>	124
39 . Las fotos de una turista a Bcelona con las figuras de <i>Yuri!!! on Ice</i> (Fuente: バルセロナでユーリオンアイスの聖地巡礼してきました！).....	125
40 . El parque Güell en el <i>anime</i> (Fuente: <i>Anime</i> de <i>One Piece</i>).....	128
41 . El puente de Rialto en el <i>anime</i> (Fuente: <i>Anime</i> de <i>ARIA</i>).....	130
42 . El puente de Rialto en el <i>manga</i> (Fuente: <i>Manga</i> de <i>ARIA vol.5</i>).....	131
43 .La compañía Himeya en <i>anime</i> de <i>ARIA</i>	132
44 . El edificio original: Hotel Danieli (Fuente: Tripadvisor).....	132
45 . El Fushimi <i>Inari-Taisha</i> en el <i>anime</i> (Fuente: <i>Anime</i> de <i>ARIA</i>).....	133
46 . El Fushimi <i>Inari-Taisha</i> en realidad (Fuente: <i>Aria the Navigation</i>)..	134
47 .La página web de <i>Seichi Junrei</i> de <i>ARIA</i> (Fuente: <i>Aria the Navigation</i>)	135
48 . Una estación de tren en Japón como un punto de <i>Seichi Junrei</i> (Fuente:	

Kitakan Snap).....	138
49 . La guía del año 2018 de <i>anime Tourism 88</i>	139
50 .La portada del volumen 19 de la revista <i>Seichi Kaigi</i> , con el director de anime Yutaka Yamamoto.....	140
51 . La imagen de Italia en la serie <i>Hetalia</i> (Fuente: Página oficial de <i>Hetalia</i>).....	147
52 . Italia con la bandera blanca (Fuente: <i>Anime de Hetalia</i>).....	148
53 . Italia con las chicas (Fuente: <i>Anime de Hetalia</i>).....	151
54 . La imagen de Alemania en la serie <i>Hetalia</i> (Fuente: Página oficial de <i>Hetalia</i>).....	152
55 . La imagen de Francia en la serie <i>Hetalia</i> (Fuente: Página oficial de <i>Hetalia</i>).....	158
56 . Francia con la túnica (Fuente: <i>Anime de Hetalia</i>).....	161
57 .Modelo con vestido del estilo de Lolita (Fuente: Weibo:Tea Party de BABY 2016).....	163
58 .La imagen de España en la serie <i>Hetalia</i> (Fuente: Página oficial de <i>Hetalia</i>).....	165
59 . La imagen de Japón en la serie <i>Hetalia</i> (Fuente: Página oficial de <i>Hetalia</i>).....	169

60 . La imagen de los Estados Unidos en la serie <i>Hetalia</i> (Fuente: Página oficial de <i>Hetalia</i>).....	172
61 . La imagen del heroísmo de los Estados Unidos (Fuente: <i>Anime de Hetalia</i>).....	174
62 . El fan vídeo del personaje España en Niconico Douga.....	178
63 . Plaza de España de Roma en el <i>anime</i> (Fuente: <i>Anime de Gunslinger Girl</i>).....	182
64 .Henrietta está mirando a la pareja en una motocicleta (Fuente: <i>Anime de Gunslinger Girl</i>).....	184
65 .Henrietta y Jose en el Castillo de Sant'Angelo (Fuente: <i>Anime de Gunslinger Girl</i>).....	185
66 . La portada de DVD de <i>Phantom: Requiem for the Phantom vol.5</i>	186
67 . La portada del vol.1 de <i>My Hero Academia</i>	192
68 . All Might de la serie <i>My Hero Academia</i> (Fuente: Página oficial de <i>My Hero Academia</i>).....	193
69 . La colaboración de las dos obras (Fuente: 「ヒロアカ」 雄英生徒が"アベンジャーズ"と共演！ デクとキャプテン・アメリカの共通点は？).....	199
70 . Estadísticas de <i>manga</i> en España 2019 (Fuente: Bernabé 2019).....	205

71 . La portada del vol.1 de <i>Planeta Manga</i> , la versión original y la japonesa (Fuente: Planeta Cómic).....	207
72 .Camisetas de los animes del Studio Ghibli (Fuente: Pamplina).....	211
73 . <i>Anime</i> y live-action de <i>Dragon Ball</i> (Fuente: IMDb).....	212
74 . <i>Anime</i> y live-action de <i>Ghost in the Shell</i> (Fuente: IMDb).....	214
75 . <i>Manga</i> y live-action de <i>Alita: Battle Angel</i> (Fuente: Ivrea y IMDb).	216
76 . El <i>anime</i> de <i>Pokémon</i> , el videojuego de <i>Detective Pikachu</i> y la película adaptada. (Fuente: IMDb).....	217
77 . La serie de anime <i>Neon Genesis Evangelion</i> y la película <i>Pacific Rim</i> (Fuente: IMDb).....	220
78 . Relación entre Japón y España (Embajada del Japón en España 2014: 25).....	221
79 .La portada de <i>Japonés en Viñetas</i> (Fuente: Norma Editorial).....	222
80 . “Anime Japan Map”, campaña iniciada por la la oficina de turismo de Japón (Oficina de Turismo de Japón).....	224
81 . Jardín Nacional Shinjuku Gyoen en <i>El jardín de las palabras</i> (Fuente: Wikipedia y el <i>anime</i> de <i>El jardín de las palabras</i>).....	225
82 . Las escaleras de Suga Jinja en <i>Your Name</i> (Fuente: <i>Anime</i> de <i>Your Name</i> y Tripadvisor).....	226

83 .El stand del Consulado de Japón en XXIV Manga Barcelona (Fuente: Manga Barcelona).....	229
84 .La publicidad del Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón colaborando con el anime de <i>Ataque a los Titanes</i> sobre la manera correcta para toser y estornudar.....	230

Resumen

Durante estas últimas décadas, los *mangas* y *animés* de Japón han entrado en la vista de muchas personas occidentales, sobre todo de los jóvenes. Y la cultura japonesa también ha sido recibida por sus *mangas* y *animés* en los países occidentales. Sin embargo, el mismo *manga* y *anime* es una consecuencia de la comunicación con la cultura occidental; los japoneses también han logrado conocer a la cultura de los países occidentales a través de los *mangas* y *animés*.

Esta tesis doctoral realiza un estudio sobre la manera de la comunicación intercultural a través de los *mangas* y *animés*. Se divide en 5 partes, desde una breve historia introductoria de los *mangas* y *animés* en Japón a la transformación entre diferentes lenguajes de la narración, para después, desde 4 aspectos diferentes (el significado visual, el turismo, los estereotipos y la cultura popular occidental) analizar la influencia de la cultura occidental en los *mangas* y *animés*.

La primera parte documenta la historia y su relación con el mundo occidental. La segunda parte a través del análisis obras como *Las Vacaciones de Jesús y Buda*, *Naruto*, etc., resume la transformación en el paso del *manga* al *anime* y el uso iconográfico en ambos medios. La tercera parte analiza obras de *mangas* y *animés* que tienen escenarios basados en lugares reales y su papel e influencia en el turismo dentro y fuera de Japón. La cuarta parte se ocupa de los estereotipos dentro de la obra de *manga* y *anime*, *Hetalia*, y su influencia en la audiencia japonesa. La quinta parte analiza la influencia de las culturas populares de los países occidentales, tales como películas y cómics, en los *mangas* y *animés* de Japón.

Los *mangas* y *animés* no sólo es un recipiente, sino también un exportador de cultura japonesa al mundo occidental. En la quinta parte se analiza también cómo es la influencia de los *mangas* y *Animes* en los países occidentales tales como los Estados Unidos y España, desde la entrada de los *mangas* y *animés* al mundo occidental, además, de la recepción y el desarrollo.

A través de esta tesis, quiero mostrar unas maneras diferentes de la comunicación intercultural, unas maneras más atractivas para los jóvenes y desarrollables a través de un vehículo de intercambio de formas artísticas y narrativas a través de la cultura popular, formas que sirven para construir el interés creciente por la cultura del otro. Es una idea central de la tesis y parte de sus conclusiones que la cultura popular es también (junto a otras formas de cultura de élite) un poderoso instrumento de contacto y conocimiento. Además, estas maneras no sólo se aplican en Japón sino también que sean referencia para la comunicación entre otros países y faciliten a la gente conocer diferentes países.

Palabras claves: *Manga, Anime, Seichi Junrei*, Estereotipos, Cultura Popular, Comunicación Intercultural, Japón, Oriente.

Abstract

During these last decades, the *manga* and *anime* of Japan have entered the sight of many western people, especially young people. And Japanese culture has also been greeted by its *manga* and *anime* in western countries. However, the *manga* and *anime* itself is a consequence of communication with western culture; The Japanese have also managed to get to know the culture of western countries through *manga* and *anime*.

This doctoral thesis carries out a study on the way of intercultural communication through *manga* and *anime*. It is divided into 5 parts, from a brief introductory history of *manga* and *anime* in Japan to the transformation between different languages of the narration, and then from 4 different aspects (visual meaning, tourism, stereotypes and western popular culture) analyze the influence of western culture on *manga* and *anime*.

The first part documents history and its relationship to the western world. The second part through the analysis of works such as *Saint Young Man*, *Naruto*, etc., summarizes the transformation in the passage from *manga* to *anime* and the iconographic use in both media. The third part analyzes *manga* and *anime* works that have scenarios based on real places and their role and influence on tourism inside and outside Japan. The fourth part deals with stereotypes within the *manga* and *anime* *Hetalia* and their influence on the Japanese audience. The fifth part analyzes the influence of popular cultures in western countries, such as movies and comics, on the *manga* and *anime* of Japan.

Manga and *anime* is not only a container, but also an exporter of Japanese culture to the western world. The fifth part also analyzes how the influence of *manga* and *anime* is in western countries such as the United States and Spain, from the entry of *manga* and *anime* into the western world, in

addition to reception and development.

Through this thesis, I want to show different ways of intercultural communication, more attractive ways for young people and developable through a vehicle for the exchange of artistic and narrative forms through popular culture, ways that serve to build the growing interest in the culture of the other. It is a central idea of the thesis and part of its conclusions that popular culture is also (along with other forms of elite culture) a powerful instrument of contact and knowledge. In addition, these ways are not only applied in Japan but are also a reference for communication between other countries and make it easier for people to get to know different countries.

Key words: *Manga, Anime, Seichi Junrei*, Stereotypes, Popular Culture, Intercultural Communication, Japan, East.

Introducción.

1. Objetivo de la Investigación

1.1 Motivación

El tema de mi tesis es La Comunicación Intercultural Oriente-Occidente a través del *anime* y del *manga*. Seleccioné este tema por mi interés en estos años sobre la cultura de diferentes áreas del mundo. Es el mismo interés que me ha llevado a estudiar lenguas extranjeras, como el español y el japonés. Mi experiencia intercultural me ha permitido ver la importancia y necesidad de estudiar los diferentes medios por los que las culturas se comunican en este mundo global y mediático.

En esta comunicación intercultural, la cultura popular tiene un papel esencial y dentro de ella los medios son el factor más determinante. La cultura japonesa tiene una gran expansión por todo el mundo y además se caracteriza en el siglo XX por la absorción de otras culturas (como la norteamericana), como tendremos ocasión de ver. La animación y los cómics han sido adaptados para convertirse en vehículos de transmisión y transformación culturales, por lo que considero que el estudio de *anime* y *manga* tienen importancia para el estudio de la comunicación intercultural.

1.2 Objeto del estudio

Con el proceso de globalización, la comunicación de la cultura ya juega un papel cada día más importante en la comunicación cotidiana de las personas en diferentes países. La gente también tiene curiosidad por conocer una cultura diferente a la suya. Por eso, el objeto de mi tesis es investigar una manera de integración cultural, es decir, quiero estudiar la manera en que se intercomunican diferentes países a través del *manga* y del *anime*. Esto supone el estudio de la cultura japonesa tanto receptora como emisora.

La cultura japonesa se ha caracterizado por la absorción de otras culturas, como ocurrió antiguamente con la influencia de la cultura china, a través de elementos tales como los signos, el arte o la religión. Igualmente ocurriría —tras un periodo de cierre a Occidente en el siglo XIX— con la cultura norteamericana tras la ocupación al final de la II Guerra Mundial, en la que se produjo un fenómeno de cambio cultural intenso que transformó todos sus aspectos, de la vida política a la vida cultural, de las comidas a la vestimenta. Fue una transformación sin precedentes por su intensidad y velocidad, favorecida además por el gran desarrollo de los medios en la segunda mitad del siglo XX, el cine, la televisión, por lo que esa cultura se adaptó de forma visual, modificando sus estructuras. Así sucedió con el manga primero y el anime después.

La cultura japonesa es además exportadora, puesto que refleja y adapta lo que le llega de fuera para devolverlo con su marca particular. De esta manera se establece un diálogo intercultural muy rico en formas y sentido. Japón recibe, transforma y devuelve. Esto crea flujos de discursos, sobre todo en la cultura popular, que va transformando e influyendo en otras culturas, especialmente a través de la cultura juvenil, de la que forman parte importante los *mangas* y *animes*.

En cuanto al contenido concreto que voy a estudiar, he seleccionado la cultura japonesa y la occidental, entendida en sentido amplio. La cultura de Japón, como un país desarrollado de Asia, tiene una influencia muy grande en Europa y Estados Unidos. La cultura japonesa tiene su origen desde la cultura china, por eso las dos culturas tienen muchos elementos semejantes. Por esa causa, mi investigación se va a concentrar en la recepción en la cultura occidental, una cultura con la que tiene más diferencias que con la de China.

Con el desarrollo de las técnicas visuales, hoy en día, cada vez más personas le dedican más tiempo a ver vídeos o películas online, a leer un libro o un periódico. Sobre todo los jóvenes, para ellos son más atractivas las obras gráficas o visuales que las obras escritas o las que se incluyen en su materias escolares. Así se convirtió en una moda el *manga* y *anime* de Japón entre los jóvenes, especialmente; formaba parte de una corriente asociada con la diversión o el entretenimiento.

Sin embargo, durante un largo tiempo, para la mayoría de las personas, los dibujos animados eran para los niños, porque generalmente, el argumento de los dibujos animados es muy simple y agradable para dar enseñanza a los menores. Así que para muchas personas, el contenido de los dibujos animados o las *mangas* es muy aburrido o infantil.

En Japón, por el contrario, los dibujos animados —o sea los *animés*— tienen una clasificación muy concreta; hay obras para diferentes tipos de personas, desde niños, adolescentes o adultos, hasta los que dirigen a diferentes profesiones, tales como empleados, amas de casa, estudiantes, etc. Por eso, los temas de los *animés* de Japón también son muy diversos.

A mi modo de ver, los dibujos animados, como una forma de arte, son semejantes a las películas tradicionales y telenovelas. El contenido viene de la vida diaria pero es más diversa que ella. Los temas de los dibujos animados abarcan todos nuestros modos de vida real y el cambio social del mundo, tales como los desastres, catástrofes de origen humano, las guerras, los muertos y etc. Además, los *animés* tienen capacidad de mostrar los contenidos o las imágenes que las películas y las telenovelas no pueden expresar por el problema de los actores o la tecnología, aunque el desarrollo actual de la tecnología ha roto los límites de la imaginación. Por eso, a mi juicio, los temas de los *animés* siempre son más amplios que otros tipos de artes porque los *animés* no tienen un límite

de la acción y eso les ha caracterizado durante mucho tiempo. Eso ha permitido que hoy sean fuente para otro tipo de obras que buscan en ellos la inspiración, incluso en occidente.

Además, el guión de un *anime*, generalmente viene de un *manga* o un videojuego. Pero los argumentos de las novelas o las películas también se pueden adaptar a un dibujo animado. Es decir, los *animés* son capaces de aceptar muchos tipos de temas. En cuanto a los temas de *manga* y *anime*, hoy en día, por el desarrollo de la comunicación intercultural, el tema o el contenido de las *mangas* y los *animés* japoneses ya no se limita a Japón, es decir, la escena y el antecedente no son sólo de Japón sino también de otros países y otras culturas. Esto muestra también la absorción de lo exterior, como hemos señalado anteriormente, y su adaptación a los géneros y a las estética propios.

En cuanto a los elementos representativos de Japón, la animación es uno de ellos para los extranjeros. Los *animés* y *mangas* de Japón ya tienen una gran influencia en el mundo; por otro lado, los dibujos animados japoneses también han asimilado muchos elementos de otras culturas. Como he mencionado antes, los temas de *animés* y *mangas* son variados, por eso, el escenario de las obras también pueden ocurrir en países extranjeros y el contenido puede tratar de una cultura diferente, pero visto desde una perspectiva japonesa.

El tema principal de mi tesis es la investigación de la comunicación intercultural a través del análisis de las principales maneras en que se relacionan los *animés* y *mangas* japoneses con la cultura occidental. Seleccioné los *animés* y *mangas* para estudiar porque es una cultura popular y nueva y son capaces de concentrar la nueva tendencia y moda de la fusión cultural, sobre todo entre los jóvenes. El objetivo de mi tesis es, a través de la investigación de la comunicación intercultural dentro de los *mangas* y *animés*, analizar la

tendencia de la cultura japonesa a integrar la occidental en ellos. A través de diferentes tipos de textos conoceremos los lazos que ese establecen entre Occidente y Japón a través de estos fenómenos de adaptación o integración, tal como ha sido señalado por I. Lotman en sus estudios de Semiótica de la cultura, en donde analiza las relaciones posibles entre semiosferas culturales diferentes.

Hoy en día, en el mundo occidental ya hay muchas investigación sobre *manga* y *anime*, sobre todo de las obras clásicas, tales como *AKIRA* o *Ghost in the Shell*, también sobre las obras de Hayao Miyazaki y de su estudio Ghibli. Por eso, el corpus de mi tesis no se centra en obras tan conocidas, sino en unas más recientes que tienen mucho que ver con la cultura occidental incorporando, además, al análisis un nuevo punto de vista, que es el de la interculturalidad.

2. Marco teórico

Para el marco teórico de mi tesis, lo primero que voy a utilizar es la teoría del texto de Iuri Lotman, en el marco de la Semiótica de la Cultura. El tema de mi tesis es la comunicación intercultural, *La Semiosfera* de Lotman ha explicado el concepto de texto. “La creación de la obra artística indica una etapa cualitativamente nueva en la complicación de la estructura del texto. El texto de muchos estratos y semióticamente heterogéneo, capaz de entrar en complejas relaciones tanto con el contexto cultural circundante como con el público lector, deja de ser un mensaje elemental dirigido del destinador al destinatario” (Lotman 1996: 54).

Según Lotman, las obras de arte también son textos, así que las obras artísticas como los *mangas* y *animés*, los puedo tomar también como textos. Además, son textos “fuertes” que tienen capacidad de entrar en una relación compleja, como tales, en otra cultura. Por otro lado, los *mangas* y *animés* también son textos codificados con textos que vienen de otras culturas. Como

el tema de mi tesis es la comunicación intercultural, esta teoría de Lotman es el marco teórico principal de mi tesis, la he utilizado en varias partes como marco. Además de la teoría de los textos, en mi tesis, también he utilizado la teoría de la transformación de la cultura entre diferentes semiosferas de Lotman.

Además de la teoría de Lotman, como el tema es *manga* y *anime*, son las obras visuales, cabe mencionar la teoría de Erwin Panofsky (1955), la iconología. En los *mangas* y los *animés*, también se utilizan símbolos iconológicos para apoyar los fenómenos según la necesidad de la historia en ellos. Por ejemplo, en las obras que elijo para analizar, hay imágenes de Jesús y Buda, de los trabajadores de Japón, etc. Por eso, he elegido la teoría de Erwin Panofsky como apoyo a la interpretación ya que considera los elementos visuales como vinculados directamente a otros aspectos de la cultural, es decir, formando parte de discursos más amplios (religiosos, mitológicos, históricos, etc).

Y no sólo son las teorías occidentales. Como en mi tesis analizo unas obras de Japón, he utilizado también las teorías japonesas. Por ejemplo, la teoría de Tadao Kabashima (1981), sobre las palabras extranjeras dentro del idioma japonés. Además, el término “*Seichi Junrei*” y su teoría. “*Seichi Junrei*” literalmente significa “la peregrinación a Tierra Santa”, es un tipo de “Contents Tourism”.

「アニメ聖地とは、山村(2008)によると、アニメ作品のロケ地またはその作品・作者に関連する土地で、且つファンによってその価値が認められている場所のことを指す」。(岡本 2008: 1) “La Tierra Santa del anime, según Yamanura (2008), es el lugar del rodaje de la obra de *anime* y está relacionado con su autor y la obra. Y mientras, un lugar que los fans lo conceden que tiene valor de visita” (traducción propia).

Además, de la definición y concepto, también he utilizado las teorías tales como el origen, la función y el desarrollo de “*Seichi Junrei*”.

La siguiente teoría utilizada como aparato conceptual es la que se refiere al "estereotipo". En los *animés* y los *mangas* de Japón hay muchos "estereotipos". En cuanto a las teorías sobre el estereotipo, la más conocida que utilizaremos es la de W. Lippman (1922), además, la de Quin y McMahon. Para mi tesis, la teoría que utilizo fundamentalmente es la desarrollada por Mercedes Durán y Rosa Cabecinhas (2014), tal como se expresa en el artículo *Actitudes y Estereotipos Sociales en la Comunicación*. Dentro de él, encontramos la definición del estereotipo, las características, y las funciones. Son muy convenientes para la parte sobre los estereotipos dentro de los *animés* y *mangas*.

Y en la última parte, he utilizado la teoría de John Storey (2002), sobre la teoría cultural y cultura popular.

En cuanto a las investigaciones anteriores, hoy en día, ya existen varias tesis y trabajos sobre *manga* y *anime*; tales como la monografía de Antonio Horno López: *El Lenguaje del anime: Del papel a la pantalla* (2017), sobre las técnicas de *anime*; el libro de Pau Serracant *Miyazaki en Europa* (2017), sobre la influencia de Europa en las obras de Hayao Miyazaki, y *Anime: From Akira to Howl's Moving Castle. Experiencing Contemporary Japanese Animation* de Napier (2005), sobre la evolución y el desarrollo de los *animés*. Estas investigaciones también sirven para mi tesis y han marcado las líneas que he decidido seguir para evitar repeticiones en la investigación.

3. Metodología y corpus

Mi análisis se concentra en las obras de *manga* y *anime* que tienen estas características y tienen relaciones con la cultura occidental. En cuanto a la selección de las obras, he elegido las obras que tienen elementos occidentales, por ejemplo, los personajes son de países occidentales y también los espacios o los escenarios que se ven en ellos pertenecen a países occidentales. Por eso, he elegido las series como *So · Ra · No · Wo · To* (2010) y *ARIA*(2005).

Además de los espacios, también he seleccionado obras que contienen estereotipos sobre los occidentales. Los estereotipos son un elemento importante para la comunicación intercultural, así que en mi tesis también hay análisis de la obra de *manga* y *anime* muy representativas por los estereotipos, como es la serie *Hetalia* (2008). A continuación, he dado cuenta de los *mangas* y *animes* en los que también se ve influencia de la cultura popular de Occidente, tales como las novelas, películas, etc. Por eso, he elegido varias series que fueron influidas por las obras occidentales para mi análisis.

La primera parte de mi tesis es una breve revisión histórica, que nos sirve de introducción, sobre el *manga* y *anime* en Japón, además del proceso de la publicación de *manga* y la adaptación desde *manga* a *anime*. En esta parte, he mencionado los procesos y desarrollo de varias obras muy populares en todo el mundo, tales como *Naruto* y el semanario de *manga* *Shūkan Shōnen Jump*.

Los materiales que voy a investigar y analizar son los *animes* y *mangas* de Japón; en cuanto a la selección de obras, en los términos señalados que tienen elementos simbólicos de la cultura occidental. En la segunda parte de mi tesis, he elegido una obra que se llama *Las Vacaciones de Jesús y Buda* (2013), la serie trata sobre el iluminado Buda y Jesús, el hijo de Dios, que están viviendo

juntos en un apartamento de Tokio tomándose unas vacaciones en el mundo terrenal. El escenario está en Japón, la elijo para analizar la diferencia entre el *manga* original y su adaptación a *anime*, además el análisis de la iconología en ella, de Jesús y Buda.

La tercera parte es el análisis de las obras que tienen como escenarios los países occidentales. Se trata de ver la forma en que lo externo a la cultura japonesa, los elementos europeos son mostrados desde el punto de vista japonés y el género de los *animés* y mangas. La primera obra es *So • Ra • No • Wo • To*, su escenario está en Cuenca, en España. Es un *anime* original. Después de su emisión, muchos turistas japoneses vinieron a España, a Cuenca específicamente, para visitar los escenarios que salen en la obra. Así introduzco el término “*Seichi Junrei*”, el viaje a la "tierra santa" por ser escenario de una obra de *manga* o *anime*.

Para la misma parte, además de *So • Ra • No • Wo • To*, he analizado también la obra de *manga* y *anime*: *ARIA*, una obra que tiene el escenario en Venecia. Seleccioné esta obra también para apoyar la teoría de “*seichi Junrei*”, que se centra más en las diferentes características que tiene el comportamiento de visitar a los escenarios de *manga* y *anime*. Además, también he introducido otras obras, tales como *One Piece* (1999-) y *Yuri!!! on Ice* (2016), que tienen unos escenarios en Barcelona.

La cuarta parte, los estereotipos dentro del *manga* y *anime*. Para esta parte, he elegido una obra muy representativa, que se llama *Hetalia*. Es una obra de la personificación de los países, es decir, en la historia, todos los países tienen una imagen, es un personaje. En una obra así es difícil evitar los estereotipos sobre los países, así que en esta parte he analizado los principales personajes de

Hetalia y los estereotipos sobre ellos, también como las imágenes generales para los japoneses de los extranjeros. Además, en esta parte he mencionado la serie *La encrucijada de un laberinto extranjero* (2011), la cual tiene su escenario en París y muestra los estereotipos sobre Francia.

La quinta parte de mi tesis es sobre las influencias de las películas occidentales a los *mangas* y *animés*. Para esta parte, he seleccionado la serie *My Hero Academia* (2016-), una obra sobre los héroes que tienen súper poderes. En el diseño de la obra se ve la influencia de los superhéroes de los Estados Unidos, además, es una serie que logra un gran éxito en todo el mundo.

Además, en la misma parte de mi tesis, también hay análisis sobre la influencia de los *mangas* y *animés* sobre el mundo occidental, sobre todo, es España. No sólo la cultura occidental influye en el *manga* y *anime*, ellos también penetran en la cultura “exótica” occidental. Por eso, en esa parte voy a analizar unos fenómenos que causan por la “invasión” del *manga* y *anime* de Japón. Para esta parte, he elegido las obras que fueron adaptadas por los Estados Unidos, tales como *Alita: Battle Angel* (2019), *Ghost in the Shell* (2017), etc.

4. Hipótesis y preguntas de trabajo

Nuestras hipótesis iniciales, planteadas para la investigación, son las siguientes:

1. El *anime* y el *manga* han sido elementos importantes las relaciones interculturales de Japón respecto a Occidente (introducción a sus textos) y un elemento importante en la exportación de la cultura japonesa a Occidente.

2. El *anime* y el *manga* son textos que favorecen la comunicación intercultural por su carácter popular y de consumo alto en una sociedad mediática.

3. El *anime* y el *manga* introducen los elementos occidentales dentro de esquemas de estereotipos ajustándolos a la percepción de su mercado (Japón).

Las tres hipótesis mantienen coherencia al formularse desde una visión esencial de la comunicación en las relaciones interculturales. A diferencias de otras relaciones anteriores entre culturas, las modernas relaciones en un mundo global y comunicado mediáticamente se establecen mediante objetos que adquieren forma de mensaje y se transforman para adaptarse a los nuevos espacios semióticos (Lotman).

Las hipótesis planteadas tratan de plantear estos principios de intercambio textual y adaptación intercultural en un ciclo constantes de reentradas de información que producen los propios textos importados y exportados.

Parte I. Introducción a la cultura del *manga* y *anime*

1.1. La cultura popular occidental en Japón

Durante la historia del contacto de Japón con los países occidentales, lo más destacado es su relación con los Estados Unidos. “El 8 de julio de 1853, el capitán Matthew C. Perry arribó a Uraga, en la bahía de Tokio, con cuatro buques de guerra. Puesto que carecía de medios para enfrentarse a su flota, el Bakufu accedió a las demandas más básicas y, en 1854, firmó el Tratado de Kanagawa, por el que permitía abrir dos puertos a los navíos americanos” (Hane 2013: 110-111). Fue así como terminó el aislamiento de Japón y comenzó el contacto con los americanos.

Cien años después, según el famoso escritor japonés Hakuri Murakami, en los años 60, “La cultura americana estaba por aquel entonces en plena efervescencia, y yo vivía totalmente absorbido por su música, por sus programas de televisión, sus coches, su ropa, todo”(Hane 2013: 352).

El desarrollo de este tipo de manifestaciones culturales populares en Japón comenzó después de la Segunda Guerra Mundial. Según Murakami, la cultura popular de los Estados Unidos ha influido mucho en la cultura de Japón en los años 60. Y la influencia empezó en el período de la ocupación (1945-1952), durante la posguerra. 「もちろん占領下の日本で、街中にもあちこちにいてる進駐軍の姿が見られましたが、それとともに日本に新しいアメリカの文化が大量に入ってきました。全国的にコカコーラが入ってきたり、畳から椅子の生活に変わったりと、アメリカナイズされて生活様式も変わってきました。」(榎田 2012: 49) “Durante la ocupación, era normal que hubiera soldados americanos en todas las partes, pero ellos también habían traído una gran cantidad de la nueva cultura americana a Japón. La Coca-Cola

entró en todo el país, la vida cambió desde el *Tatami* a las sillas, fue americanizada la manera de vivir” . (traducción propia)

Y desde entonces, no sólo la manera de la vida, durante el período de ocupación, en los colegios de Japón se enseñaba el idioma inglés. 「1947 年 3 月 20 日文部省が出した英語科の指導要領試案の第一章で英語の目標が述べられている。『読み』『書き』『話す』こと以外に、『英語で考える習慣を作ること』、『英語を話す国民について知ること、特にその風俗習慣および日常生活について知ること』。」 (紀平 1988: 179) “ En el primer capítulo del Esquema del Plan de la Enseñanza del Inglés que publicó por el Ministerio de Educación el día 20 de marzo del año 1947, se puso la meta del inglés. “Además de ‘leer’, ‘escribir’ y ‘hablar’, hay que desarrollar el hábito de pensar en inglés, y conocer a los nacionales que hablan inglés, sobre todo, las costumbres, los hábitos y la vida cotidiana”. (traducción propia)

Se puede entender que la americanización de Japón empezó con la enseñanza del inglés, fue así contactando con el idioma, las costumbres y el estilo de vida de los americanos y, además, inmersos en su cultura. “Esta diversidad prevalece en la cultura popular y en la esfera intelectual, con la plétora de periódicos, revistas mensuales y semanales, libros de ficción y de divulgación, películas, programas de televisión, emisiones de radio y cómics”. (Hane 2013: 353)

“Las primeras animaciones producidas en Estados Unidos y Francia con posterioridad a 1907, reforzaron el hecho de que los japoneses no se limitaron simplemente a tomar la animación occidental y añadirle su sello de identidad, como sustenta la historia de la animación tradicional, sino que fueron capaces de crear sus propias animaciones simultáneamente a las

primeras animaciones occidentales conocidas”. (Horno López 2017: 45)

Aunque la mayoría de las formas de culturas populares que influyen al Japón son de los Estados Unidos, los primeros comics en Japón vinieron desde Inglaterra. A continuación, voy a documentar brevemente la historia del manga de Japón.

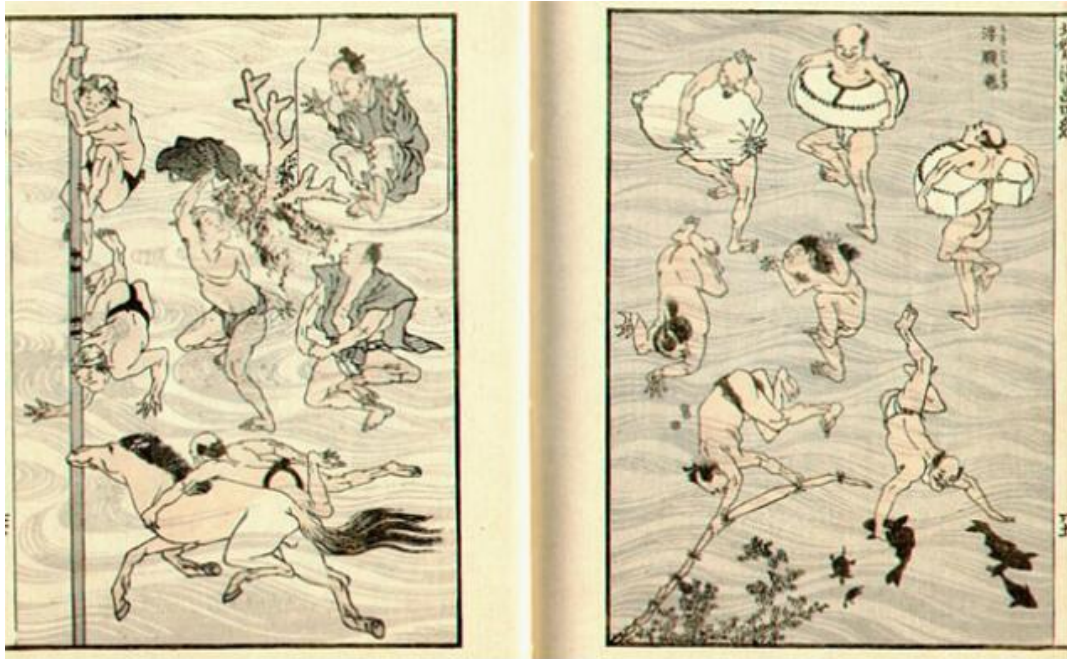
1.2. La historia del *manga* y *anime*, su evolución en Japón

La historia del *manga* japonés se puede remontar al Japón Medieval. La palabra *manga* (漫画) significa los “dibujos ridículos”. Según la monografía de Antonio Horno López, el *manga* más antiguo de Japón es *emaki*, que son rollos ilustrados del Período Heian, entre los años 794 y 1185 de Japón. El material del *emaki* suele ser seda o papel. Los contenidos de los *emaki* son historias o leyendas. Una de las más famosas es *Chōjū-jinbutsu-giga*, que también se conoce como *Chōjū-giga*. Son 4 rollos en total, el contenido refleja y critica la sociedad en aquel entonces con la imagen de un conejo, una rana, un mono y etc. (Horno López 2017: 10)



1. Una parte del tomo 1 de Chōjū-giga (Wikipedia: 日本の漫画の歴史)

En el siglo XIX, apareció el ukiyo-e, un tipo de grabados realizados mediante xilografía o técnica de grabado en madera. Lo más representativo es la obra de Katsushika Hokusai, el pintor de *La gran ola de Kanagawa*. Otra obra muy famosa de él, conocido como *Hokusai manga*, son *manga* de 15 tomos y su contenido es sobre personajes, costumbres, plantas, animales, etc. (Horno López 2017: 18-28).



2. Hokusai manga (Wikipedia:日本の漫画の歴史)

En el año 1862, se publica la primera revista de *manga* en lengua extranjera: *Japan Punch* fue publicada por el inglés Charles Wirgman en Japón. El nombre de la revista venía desde la revista de caricaturas *Punch* de Inglaterra¹.

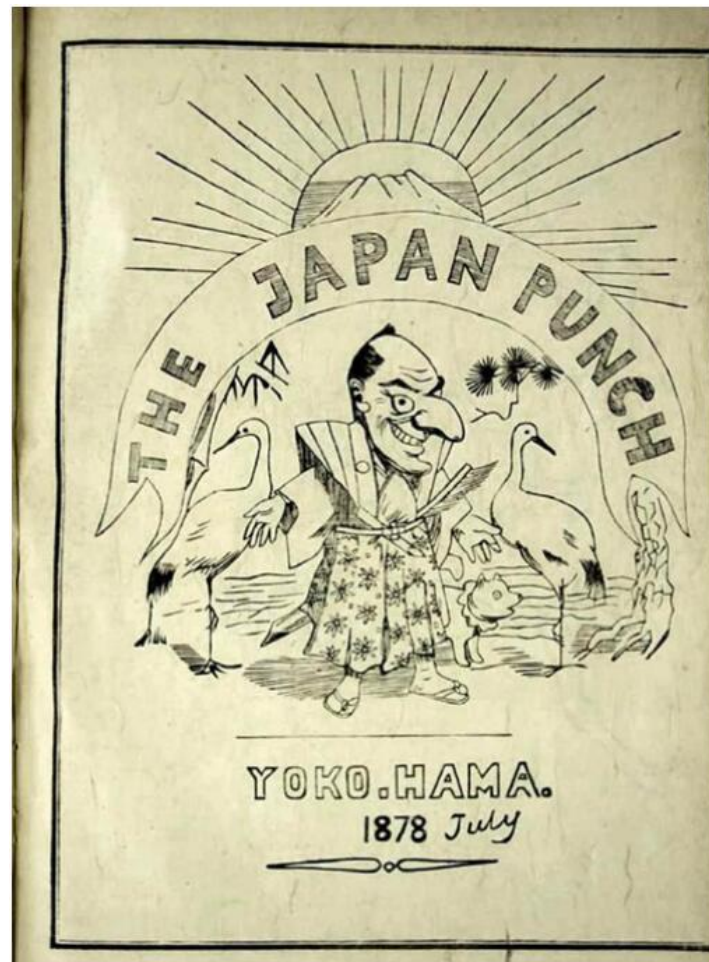
Según la teoría de Lotman, el *manga* también sería un tipo de texto ya que cumple las dos funciones que señala:

“En el sistema general de la cultura los textos cumplen por lo menos dos funciones básicas: la transmisión adecuada de los significados y la generación de nuevos sentidos (Lotman 1996:56)”.

En la época en que salió la revista *Japan Punch* en Japón, el texto era editado primero en Inglaterra, siguiendo el modelo de la revista de caricaturas original, el *Punch*. Y a través de Charles Wirgman, se editaba la revista y la transmitía en Japón, se ha convertido en un nuevo texto: *Japan Punch*. Y este

¹ La página web de MARUZEN-YUSHODO: https://myrp.maruzen.co.jp/ibd/intl_9133/

texto se transmitió en Japón, con su estilo humorístico y satírico reportó activamente los días turbulentos del final de Edo y el comienzo de la era Meiji. Además, también generó el sentido de la revista de *manga* por la primera vez en Japón.

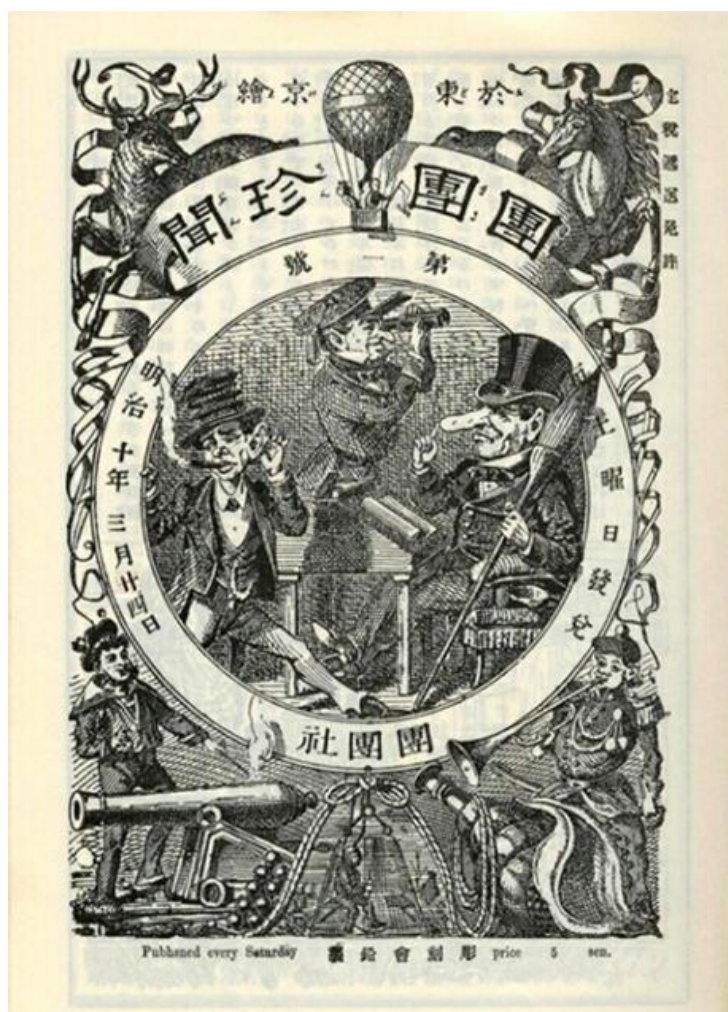


3. La portada del Japan Punch (fuente:第 1 4 0 回常設展示 明治の息

吹 ー漫画・諷刺画からー)

Más tarde, en el año 1877, la época de Meiji, fue publicada la primera revista de *manga* en japonés en Japón: *Marumaru Chinbun*, editada por Fumio Nomura. La revista era semanal y también se considera como inspirada por el

Punch de Inglaterra². El contenido de la revista se concentraba en la crítica de la oligarquía Meiji y los movimientos sociales de aquella época. Así era la recodificación del texto, la revista *Punch* de Inglaterra, en otro lenguaje, en japonés, y su contenido se concentraba en la sociedad japonesa. Así el nuevo texto ha cumplido también la función de “la generación de nuevos sentidos”, según la teoría de Lotman, ajustándose a su entorno cultural y a sus nuevos lectores.



4. La portada de número 1 de Marumaru Chinbun (fuente:第 1 4 0 回常

設展示 明治の息吹 ー漫画・諷刺画からー)

² 国立国会図書館第 1 4 0 回常設展示 明治の息吹 ー漫画・諷刺画からー:

<https://rnavi.ndl.go.jp/kaleido/entry/jousetsu140.php>

En el año 1915 se fundó la primera asociación de los dibujantes de *manga* en Japón. El año 1923, los *mangas* empezaban a utilizar las viñetas y los globos, son los que se utilizan también hoy día para los *mangas*.³ Después de la II Guerra Mundial, aparecían los libros de portadas rojas; eran libros baratos de comedia y *manga*. Osamu Tezuka también era uno de los dibujantes de estos libros rojos. En los años 50, por la subida del gasto de los materiales, desaparecieron los libros rojos y empezaba la tendencia del alquiler de *mangas*.

Se va completando así el ajuste del texto a su nuevo entorno cultural. El manga se adapta a la nueva sociedad, la japonesa, y se ajusta a sus necesidades de significación:

“El texto sacado del estado de equilibrio semiótico, resulta capaz de un autodesarrollo. Las poderosas irrupciones textuales externas en la cultura considerada como un gran texto, no sólo conducen a la adaptación de los mensajes externos y a la introducción de éstos en la memoria de la cultura, sino que también sirven de estímulos del autodesarrollo de la cultura, que da resultados impredecibles (Lotman 1996: 69)”.

Desde la teoría de Lotman interpretamos que, después de unos años de evolución, el texto de *manga* que se sacó desde Inglaterra habría evolucionado mucho tras su llegada a Japón.

En el año 1959, la editorial Kōdansha⁴ y Shōgakukan⁵ empezaron a

³ El mangaka y la técnica manga: <http://www.thelightingmind.com/el-mangaka-y-la-tecnica-manga/> (3 diciembre, 2015)

⁴ 講談社の歴史: <https://www.kodansha.co.jp/about/history.html>

⁵ 小学館略史: <https://www.shogakukan.co.jp/company/history>

publicar sus revistas semanales: *Shōnen Magazine* y *Shōnen Sunday*. Son dos revistas muy famosas de *manga* hasta hoy día. Y después, los *mangas* se dividieron en varias categorías según sus contenidos, tales como “shōnen”, *manga* —enfocado a los hombres adolescentes— y el *manga* dirigido a chicas adolescentes, que se llama *shōjo manga*. Es un paso más en el proceso de adaptación social del *manga* al nuevo terreno.

En el año 1968, empezó su edición la revista más famosa de *manga*, *Shūkan Shōnen Jump*⁶, también se conoce como *Weekly Shōnen Jump*, es la revista semanal de *manga* más conocida por el mundo, publicada por la editorial Shūeisha. La mayoría de las obras que se han publicado en la revista *Shōnen Jump* han sido muy populares en todo el mundo, incluso en los Estados Unidos, donde se vende la versión en inglés de *Shōnen Jump*.

Este fenómeno de las revistas de *manga*, según la teoría de Lotman es una parte más de su evolución adaptativa. El *manga* de Japón venía desde el mundo occidental, se desarrolló y formó una parte importante de la cultura japonesa como una gran industria capaz de ajustarse a todo tipo de públicos.

1.2.1 La publicación del *manga* en Japón

En Japón, la mayoría de los *mangas* empieza su publicación a través de las revistas. Los dibujantes de *manga* llevan primero los manuscritos de su *manga* a las editoriales de revistas, los editores revisarán los manuscritos y decidirán si van a publicarlos en su revista o no. Una vez se decide la publicación, el dibujante tiene que seguir su obra con la sugerencia del editor. Las revistas de *manga* tienen varios tipos de periodicidad, la semanal, quincenal, mensual y etc. Cada dibujante publicará un capítulo de sus obras para cada volumen de la revista. Además, en las revistas, se establece una especie de “ranking” para las

⁶ 集英社小史: <https://www.shueisha.co.jp/history/history.html>

obras publicadas, ya que los lectores votan por las obras. Las obras que tengan más popularidad se publicarán por tomos individuales. Si el *manga* de la obra se vende muy bien, es posible que sea adaptado a *anime* u otras formas de obras. De igual forma, las obras que no son muy bien recibidas, es posible que se detenga la publicación en las revistas o se terminen con unos capítulos cortos. La interacción entre el público receptor y el texto determina su evolución y su vida como publicación. Es un reajuste más en el sistema.

Otra forma de publicar *manga* en la revista es participar en los concursos de las editoriales de *manga*. Si la obra puede lograr los premios de las editoriales, también es posible publicar la obra en sus revistas. Con el desarrollo de las redes sociales, hoy en día hay cada vez más dibujantes que publican su obra primero en las páginas de alojamientos web de dibujos, tales como Pixiv.

Los visitantes de la página leen los *mangas*, si les gustan las obras, pueden votar por ellas. Las obras que logran más votos se pueden publicar formalmente en la página web, con un ritmo regular para cada capítulo. Cuando se acumula una cantidad suficiente de capítulos, se publicarán como tomos individuales. Sin embargo, el contenido de los tomos es más completo que los capítulos publicados en la página web. Si los tomos se venden muy bien, también es posible que sean adaptados a *anime*.

1.2.2 La historia de la animación de Japón y su evolución

En cuanto al caso del *anime* de Japón, es muy semejante al *manga*. El *anime* de Japón es animación dibujada, es decir, los movimientos en el *anime* japonés son realizados mediante la animación de los dibujos, por lo que se mantienen vínculos además de los temáticos y narrativos, también estilísticos.

“La creación de la obra artística indica una etapa cualitativamente nueva

en la complicación de la estructura del texto. El texto de muchos estratos y semióticamente heterogéneo, capaz de entrar en complejas relaciones tanto con el contexto cultural circundante como con el público lector, deja de ser un mensaje elemental dirigido del destinador al destinatario (Lotman 1996: 54)”. Las animaciones son textos que contienen muchos estratos, tales como los dibujos, los movimientos, la luz y etc. La aparición de los dibujos animados hizo más compleja la estructura del texto, como los *mangas* y dibujos en papel.

La creación de la obra artística como animación empezó el año 1892 con el estreno de *¡Pobre Pierrot!* en Francia, es el texto de dibujos animados más antiguo que se conserva⁷. En el año 1906, se estrenó *Humorous Phases of Funny Faces* en los Estados Unidos; es conocida como la primera animación en la historia registrada como película convencional.

“En Japón, las películas se importaron por primera vez en el año 1896 y los cineastas japoneses comenzaron a hacer sus propias películas años más tarde, pero no fue hasta la Era Taisho (1912-1926) cuando las salas de cine empezaron a popularizarse y a aparecer en todo el país” .(Horno López 2017: 44)

En el año 1917, inspirado por las animaciones importadas extranjeras, las cuales fueron muy bien recibidas en las salas de cines, Japón empezaba su producción de animación propia. La animación que se ha considerado como la más antigua japonesa es *Namakura Gatana*⁸, producida por Junichi Kōuchi, es la única animación que todavía existe de aquella época.

⁷ Los inicios de la animación: Émile Reynaud: <http://animacam.tv/los-inicios-de-la-animacion-emile-reynaud/> (9 diciembre, 2016)

⁸ The Dull Sword’: el primer anime en la historia del cine: <https://www.empireonline.com.mx/originales/the-dull-sword-primer-anime-junichi-kouchi/> (15 junio, 2018)



5. *Namakura Gatana* (Wikipedia: アニメの歴史)

Según Lotman:

“El texto se presenta ante nosotros no como la realización de un mensaje en un solo lenguaje cualquiera, sino como un complejo dispositivo que guarda variados códigos, capaz de transformar los mensajes recibidos y de generar nuevos mensajes, un generador informacional que posee rasgos de una persona con un intelecto altamente desarrollado (Lotman 1996: 56)”.

Las películas y animaciones occidentales también son complejos textos culturales. Japón importó estos textos, y después basándose en los mensajes que tenían, los transformaba y generaba nuevos mensajes fusionándolos con la propia cultura japonesa, y en su propio idioma. Así se transformó en su propio texto, con sus características diferenciales al evolucionar por sus caminos propios, distanciándose del dibujo originario que había tomado del *Punch* y que después pasó con un procedimiento similar al *anime*. Hasta esta etapa, la estructura del texto japonés se fue haciendo más compleja y más integrada con el público final. Ese texto, hoy en día, se conoce como el *anime* de Japón.

En el año 1953, empezó la emisión de la televisión en Japón. En el año 1958, como una prueba de la emisión en color de la televisión, fue emitido *Mole's Adventure*, una animación de 10 minutos; esa obra se considera como la primera animación en color de Japón. En el mismo año, la primera animación larga en color: *Legend of the White Snake* fue producida en Japón y fue exportado fuera de Japón.

En los años 60, Japón ya empezaba la exportación de su *anime*. En el año 1963, en los Estados Unidos empezó la emisión de *Astro Boy*, que poco a poco, fue emitido en más de 30 países. Los contenidos del *anime* para exportar se concentraban en la vida cotidiana de Japón, tales como la serie *Doraemon* o si la historia de la serie tiene su escenario en un país extranjero como, por ejemplo, *La rosa de Versalles*. En el año 1989, se estrenó *AKIRA* en los Estados Unidos y fue muy bien recibido; en Europa, también logró un gran éxito. Empieza por el año 1995, la cantidad de la exportación de los *animés* japoneses había aumentado mucho, tales como *Sailor Moon*, *Dragon Ball* o *Ghost in the Shell*. En el año 1999, fue emitida la serie de *Pokémon* en los Estados Unidos y también había tenido éxito. Desde entonces, subió mucho la cantidad de la exportación del *anime* japonés y con cada vez más atención a los *animés* en los Estados Unidos.

Un capítulo especial es la entrada de la animación japonesa en Europa como reacción a la penetración de la norteamericana en los años 70. Hasta el momento, las televisiones nacionales europeas se alimentaban esencialmente de los dibujos producidos en USA, produciéndose una reacción promoviendo sus propios clásicos literarios infantiles. Esto se abrió con la creación Heidi, la niña de los Alpes, coproducción con la ZDF alemana, en 1974. Cada país europeo promovió sus clásicos pero desarrollados y dibujados en Japón. Así ocurrió con el siguiente éxito, *Marco. De los Apeninos a los Andes* (1976), otro éxito grande, lo que animó a las posteriores adaptaciones japonesas como

D'Artacán y los tres Mosqueperros (1981) o la adaptación española de *Don Quijote* (dos temporadas 1979-80 y 1980-81) realizada por Cruz Delgado, producida totalmente en España.

El origen de las animaciones está en el mundo occidental, pero Japón las importó y desarrolló. Las ha desarrollado con su propio estilo, y finalmente, ha conseguido también la exportación de su *anime*. Hoy en día, los *animés* japoneses son muy populares en los países occidentales, casi todas las plataformas de vídeos tienen series de *anime* licenciadas. Como conclusión, el texto de animación occidental, entró en el sistema japonés, y Japón lo generó y codificó, se ha convertido en el texto de *anime*. Y el texto de *anime*, entró en el sistema occidental, como otra forma de animación.

1.3. Cómo dibujar un *manga* y la adaptación de un *manga* a *anime*: el método y su aspecto intercultural

1.3.1. El "Plot".

La mayoría de los términos que se utilizan para *manga* y *anime* son extranjerismos. Por ejemplo, el primer paso para dibujar un *manga*, es crear el *Plot*, en japonés es プロット. La palabra viene de inglés plot, significa el argumento, aquí se refiere el argumento del *manga*. En esta etapa, hay que pensar bien la historia, el turno de los capítulos, los episodios, la relación y los conflictos entre los personajes, el final de la historia y etc.

En el idioma japonés hay muchos extranjerismos; incluso en su escritura, hay un sistema especial para las palabras extranjeras se llama *Katakana*, es el silabario usado principalmente para palabras de origen extranjero.

「ぶどう酒がワインになり、試験が テストになり、寝台がベッド

になり、「力を増す」が「パワーをアップする」となったのは、日本語より欧米の方が文化が高いという事実によってではなく、英語・フランス語の方がしゃれた感じがする という、日本人の心の中にある洋風指向のためである」(樺島 1981: 152)。

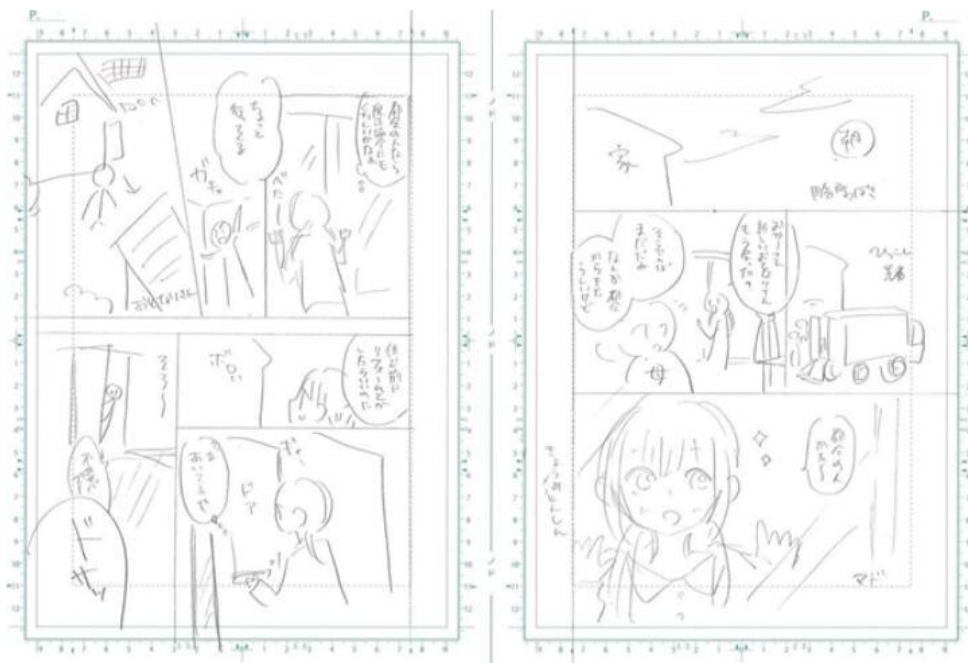
“El ‘vino’ ha convertido en ‘wine’, de ‘examen’ a ‘examination’, de ‘cama’ a ‘bed’, de ‘aumentar la fuerza’ a ‘power up’, eso no es por la alta civilización cultural de los países occidentales, sino por la sensación de moda de inglés y francés, y la indicación de moda occidental dentro del corazón de los japoneses”. (traducción propia)

Aunque en el idioma japonés hay palabras propias como "vino", "examen", "cama", los japoneses prefieren utilizar *wine*, *examination* y *bed* para sustituir a sus propias palabras. Según el libro del lingüista japonés Tadao Kabashima, los extranjerismos del japonés son debidos a la xenofilia. Sin embargo, generalmente es por el nivel de idiomas y tipo de civilización desarrollada.

1.3.2. El "Name".

El siguiente paso es *Name*, ネーム en japonés. La palabra *Name* también viene de inglés, su pronunciación es igual que inglés. La palabra significa el "nombre" y también se utiliza como un verbo, se refiere a nombrar o llamar.

En los términos de *manga*, el sentido ha cambiado desde su significación original. *Name* en el *manga*, significa "diseñar". Este paso, *Name* es dibujar un borrador del *manga*. En el borrador hay que diseñar las viñetas, los personajes que aparecen en cada página, la estructura del dibujo, las palabras de los personajes, etc.



6.Un ejemplo de Name (Fuente:プロに近づく！ 漫画の描き方)

1.3.3. El "Shitae".

El tercer paso para dibujar un *manga* es el *Shitae*. El término *Shitae*, en japonés 下絵, es uno de los pocos términos propios para dibujar el *manga*. Literalmente significa el "bajo el dibujo". *Shitae* es dibujar las líneas de los personajes y los fondos, generalmente, se utiliza los lápices o portaminas. Sobre ellos se construye lo que será el resultado final.

1.3.4. El "Penire".

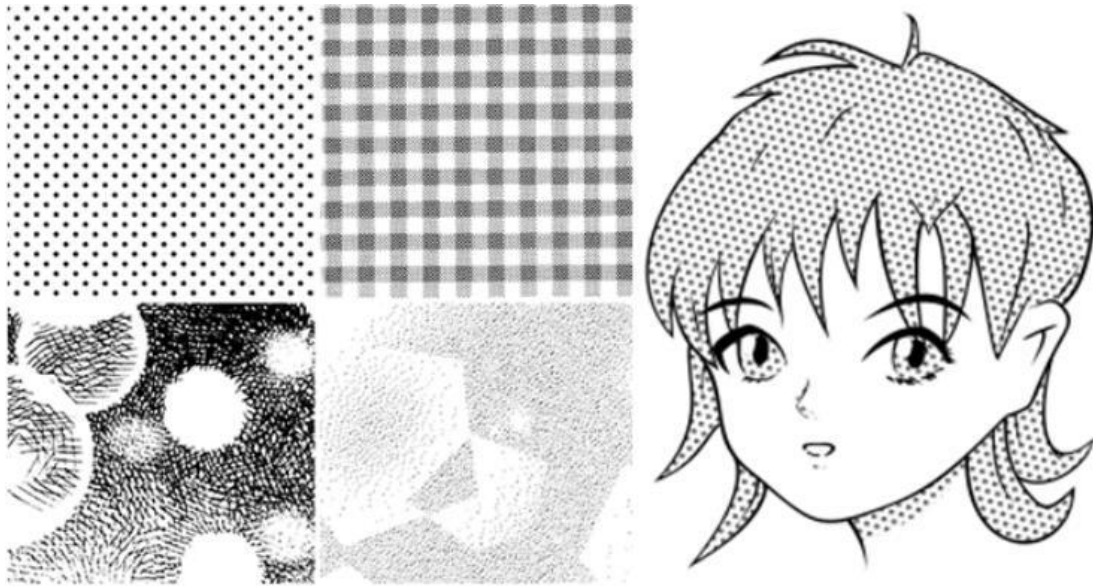
Además de las palabras extranjeras que mantienen la pronunciación original o semejante, en japonés hay palabras derivadas o compuestas con palabras extranjeras. Estas son “Voces derivadas a partir de las formas importadas, en los que el lexema pertenece a la lengua de donde se toma el préstamo y el morfema gramatical a la otra lengua, son las que han sufrido una adaptación morfológica (Alvar Ezquerro 1993: 17)”. Entre los términos del

manga y del *anime*, hay muchas palabras compuestas, o sea neologismos.

El siguiente paso es *Penire*, en japonés es ペン入れ, y es una palabra compuesta por *pen* en inglés y un verbo japonés 入れる (ire ru), el verbo significa introducir, añadir o perfeccionar. Es un trabajo sobre las líneas de *Shitae* con pluma y tinta. En este paso, hay que ajustar bien el grosor de las líneas y colorear los espacios que hay que ser negro. Después que se seque la tinta, hay que borrar las líneas de lápiz con goma.

1.3.5. El "tone".

El siguiente paso después de *Penire* es *Tone*, en japonés es トーン la palabra viene de inglés *Screen-tone*, en japonés, se ha quitado *screen* y sólo se llama *tone*. *Screentone* es una técnica para aplicar texturas y sombras a los dibujos. Una lámina de *screentone* tradicional consiste en un respaldo transparente flexible, la textura impresa y una capa adhesiva de cera. La hoja se aplica al papel, se pega adhesivo y se frota con un lápiz en el lado posterior. El respaldo se despega, dejando la tinta adherida al papel donde se aplicó la presión.



7. Diferentes tipos de screentone y su utilización (Fuente:プロに近づく！

漫画の描き方)

1.3.6. El "Serifuire".

Y el último paso para un *manga* es el *Serifuire*, en japonés es セリフ入れ, que significa añadir los diálogos entre los personajes en los globos. Hay varias formas para hacer *Serifuire*. Se puede utilizar directamente un lápiz o pluma y escribirlos, o imprimir las palabras en un papel, cortarlas y pegarlas en los globos, o simplemente, escanear los dibujos en el ordenador y teclear las palabras con el editor de gráficos rasterizados.

1.3.7. El "Colour".

Al llegar a este paso, un *manga* ya casi está terminado. En el caso que tenga portadas o páginas en color, hay que colorear los dibujos y ese paso se llama *Colour*, la misma palabra que significa color en inglés, en japonés es カラー, su pronunciación es semejante al inglés.

「外山（1994）は、外来語が多くなるということは、外国の
文物文化に学ぶ気持ちが強い証拠であることを指摘し、それが生
活を構成する言葉に端的に表れていることを示している。」。

「外来語の増加は異文化とのかかわりの中で文化の多様性を促
すだけではなく、異質文化への統合による文化発展の可能性の道
も開く」（堀切 2013 : 121）。

Según esta investigación de Japón sobre la utilización de
extranjerismos en japonés: “Toyama (1994) señaló que la causa del
incremento de los extranjerismos es la gran pasión de aprender la
cultura y la civilización extranjeras. Esta pasión ha sido mostrada
directamente en la vida cotidiana a través de la utilización de palabras”.
“El incremento de los extranjerismos, no sólo promueve la diversidad
de las culturas relacionadas con culturas extranjeras, sino también abre
un posible camino del desarrollo cultural según la unidad con las
culturas exóticas”. (traducción propia)

El origen del *manga* viene desde el cómic de los países occidentales, los
japoneses lo aprendieron y desarrollaron hasta que se convirtió en su propio
manga. Por esta causa, la mayoría de los términos del *manga* mantienen la
palabra original y la pronunciación en inglés. El *manga* es conocido ya como
parte de la cultura japonesa. Estos términos para dibujar *manga* también
penetran en la cultura japonesa, formando así la unidad de la cultura japonesa
con las culturas exóticas.

En cuanto al color, como elemento expresivo, los *mangas* mantienen una relación especial con los posteriores animes. El *manga* de Japón es diferente que el cómic americano, generalmente no se colorea si no es para la portada o una versión especial. Sin embargo, los cómics se publican en colores. A lo mejor, esa es una de las causas que, la adaptación de un *manga* al anime siempre es esperada, porque se complementa con los colores. Los pasos para dibujar un cómic, los primeros son semejantes a dibujar un *manga*, desarrollar el cómic, crear el borrador. Cuando empieza a dibujar, después de dibujar las líneas con lápiz, ajustarlas y ponerlas la tinta, se escanea el borrador a un ordenador . Y a través de utilizar las aplicaciones como Photoshop, se borran las líneas de lápiz e incorporan el sombreado adicional y líneas más sólidas para luego colorear. Al contrario, el *manga* de Japón se utilizan lámina de screentone para las sombras, es decir, todo manual.

Sin embargo, con el desarrollo de la técnica electrónica, hoy en día, hay cada día más ilustradores que utilizan la tablet digitalizadora para dibujar. Así se facilita todos los proceso para dibujar el cómic y *manga*. Aun así, los *mangas* de Japón todavía mantienen la costumbre de ser en blanco y negro. Según una fuente online sobre la creación de *mangas*, hay dos explicaciones sobre este fenómeno:

1.「漫画の原稿にはスクリーントーンというものが貼ってあります。カラーにする際は、このトーンが邪魔になる為、パソコンで消す作業から入るようです。方法はというと、とっても大変。」“El manuscrito de *manga* está pegado con la lámina de screentone; cuando se colorea, el screentone es una molestia y hay que quitarla con ordenador. Esta manera es muy trabajosa”. (traducción propia)

2.「モノクロの世界に色を見ている訳で、これはモノクロ漫画なら

ではの楽しみ方なのかなって。全てカラーにしちゃうと、こういう楽しみ方も出来なくなっちゃうので。」

“Ver el color a través de un mundo en blanco y negro, esta es la manera de disfrutar el *manga* en blanco y negro. Si se colorea, ya no se puede disfrutarlo así”. Es decir, los lectores cuando leen un *manga* en blanco y negro, pueden imaginar los colores de los dibujos a su gusto, si son dibujos con colores, ya no pueden disfrutarlo en la misma manera. (traducción propia)

1.4. La forma de adaptar un *manga* original a *anime*

En cuanto a los *animés*, los *animés* de Japón, generalmente, se pueden dividir en cuatro tipos: *anime* original, *anime* adaptado desde *mangas*, los adaptados desde novelas y los adaptados desde videojuegos. En esta parte, lo que quería analizar es el *anime* adaptado desde un *manga*.

Hay muchas series populares de *anime*, tales como *One Piece*, *Naruto* o *Death Note*, en las que la historia original se presenta primero como *manga*. Los 3 *mangas* que he mencionado antes se publicaron en una misma revista semanal, que se llama *Shūkan Shōnen Jump*, la revista semanal de *manga* más conocida del mundo. *One Piece* comenzó a publicarse en julio de 1997; *Naruto*, a partir de noviembre de 1999; y *Death Note*, desde diciembre del año 2003. Si las series *mangas* resultan ser exitosas y se publican durante varios años, se publicarán como tomos (tankōbon en japonés). Cada tomo contiene alrededor de 4 capítulos de la serie y se recopilan 10 u 11 capítulos que aparecieron antes en la revista. Además de publicarse en los tankōbons, las series exitosas de *manga*, serán adaptadas como animaciones.



8. Las portadas de *Shūkan Shōnen Jump* (No.37-38 y No.36-37)

1.4.1. Etapas de la realización del *anime*.

1.4.1.1. La preproducción.

Hay tres etapas principales para la adaptación del *manga* al *anime*, la primera es la pre-producción, el trabajo esencial de esta etapa es el diseño. Antes de empezar todo, hay que planificar y organizar el trabajo. Se reúnen los mismos estudios de animación, los posibles patrocinadores y los editores del *manga* original, discutiendo primero el posible gasto de la producción y el personal que se necesita. Después de estos temas, se empieza el contenido de la animación.

Antes de la aprobación final de esta primera etapa, habitualmente va a ser revisado todo lo realizado de nuevo por el director general, los productores y en

el caso de una adaptación, también hay que revisarla por parte de los autores de la obra original.

Después de la aprobación, los animadores ya podrían empezar a dibujar los fotogramas que conformarán la animación. Así se termina la pre-producción y entra en la segunda etapa: producción.

1.4.1.2. La producción.

La etapa de la producción tiene varios pasos, el primero es el diseño de *layouts*, un término en inglés, significa que los primeros dibujos para la producción. En japonés es *reiauto* (レイアウト). Posteriormente, el fotograma clave, en japonés es conocido como *genga* (原画), se puede entender como los dibujos originales. El paso siguiente de la producción de un *anime* son los fotogramas intermedios: *douga* (動画). Estos dibujos funcionan para mejorar la fluidez de los movimientos de los personajes.

El cuarto paso es la digitalización y el entintado. Después de entintar, le toca al coloreado y la elaboración de fondos. Al final, la composición y edición, así se termina la etapa de producción. Después de entintar, le toca al coloreado y la elaboración de fondos. Al final, está la composición y edición, así se termina la etapa de producción. (Horno López 2017)

1.4.1.3. La Post producción.

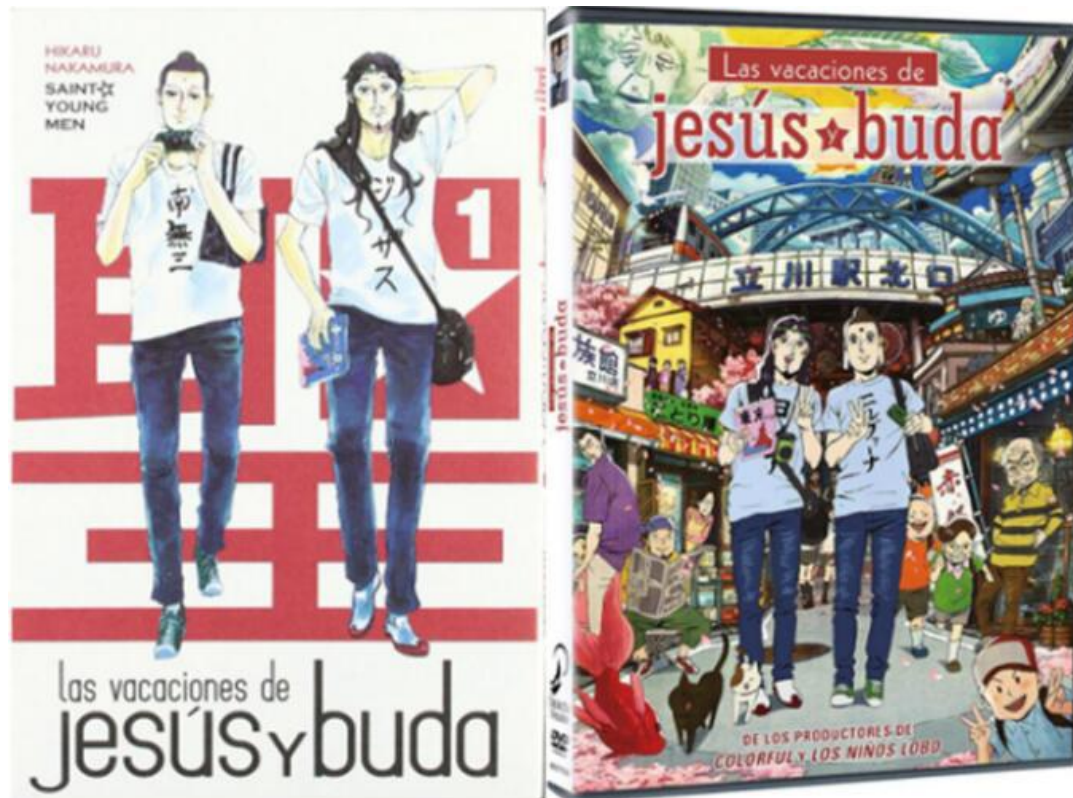
Por último, para completar todos los trabajos de la producción de un *anime*, hay que hacer la post-producción y doblaje, es decir la incorporación del audio, la música y la grabación de la voz. Estos trabajos se realizarán en un estudio de grabación. Estos son los principales trabajos técnicos para la producción de un *anime* original o una adaptación desde *manga* a *anime*. Sin embargo, una adaptación de *manga* al *anime* suele necesitar la modificación del

contenido por causas como, por ejemplo, la limitación del tiempo del *anime* o para mantener la distancia entre el contenido del *manga* y del *anime*. A continuación, tomamos una obra como ejemplo para analizar la forma de modificación para su adaptación del *manga* a *anime*.

Parte II. La transformación y el significado visual del *manga* y el *anime*.

2.1. Análisis de la obra *Las vacaciones de Jesús y Buda*, del *manga* al *anime*

Saint Young Men es un *manga* japonés escrito e ilustrado por Hikaru Nakamura. Se comenzó a publicar en la revista mensual *Morning Two* desde el año 2007 por la editorial Kodansha; fue recopilada en 10 volúmenes de tankōbon. En España, los tomos de este *manga* fueron publicados desde el 23 de marzo de 2012 por Norma Editorial, con el nombre de *Las vacaciones de Jesús y Buda*. La serie fue adaptada en dos DVD originales de animación (OVA) y una película de *anime* que estrenó el 10 de mayo de 2013.



9. Portadas del *manga* y DVD de *Las vacaciones de Jesús y Buda* (Fuente: Norma Editorial y Selecta Visión)

La serie trata sobre el iluminado Buda y Jesús, el hijo de Dios, que están viviendo juntos en un apartamento de Tokio tomándose unas vacaciones en el mundo terrenal. La comedia incluye chistes sobre el cristianismo, budismo, y todo lo relacionado con sus aspectos religiosos, filosóficos o icónicos. El contenido de la película procede de los primeros dos volúmenes de su serie de *manga*.

Lotman, en el capítulo *Sobre el lenguaje de los dibujos animados* incluido en su obra recopilatoria *Semiosfera III*, indicó que un dibujo animado, para algunas personas que están acostumbradas a ver los cuadros y dibujos como arte, son antinaturales. El movimiento en ellos representa un añadido respecto de los cuadros y dibujos, también capaz de convertirse en un tipo de arte. Lotman señala que

“Para el hombre acostumbrado a los cuadros y dibujos, el movimiento de los mismos deben parecer tan antinatural como el inesperado movimiento de las estatuas”.

“La introducción del movimiento no reduce, como ocurría en la fotografía, sino que aumenta el grado de convencionalidad de material inicial del que se sirve la animación como arte”. (Lotman 2000: 139)

El *anime* es otra forma de expresar el arte del *manga* y a veces mejora el contenido y el efecto visual. La adaptación desde el *manga* al *anime*, para una parte de los públicos, es recibida como una manera de *mejorar* su versión de *manga*, de añadirle valor. Además, en el *anime* hay que respetar el contenido y el dibujo del *manga*, completar aquello de lo que carece el *manga*, tales como el movimiento, el sonido, los efectos, etc.

2.1.1. Ejemplos de la transformación del *manga* al *anime* en *Las vacaciones de Jesús y Buda*.

A efectos de ejemplo, en el caso de *Las vacaciones de Jesús y Buda*, hay una escena en que Jesús y Buda fueron al Parque Disney de Tokio. Durante la estancia en el parque, Jesús y Buda subieron a una montaña rusa. Buda tenía mucho miedo y empezó a recitar la *Sutra del Corazón*. En el *manga*, se expresa esta escena con los personajes, caracteres de la *Sutra del Corazón* y líneas en el fondo para expresar el impacto.

Para esa escena, en la película se tiene como recursos el color, el sonido, las voces de los personajes, música y el movimiento para expresar mejor los detalles que la obra original, que carece en estas posibilidades de expresión.

2.1.1.1. La diferencia en el uso del color.

Como ya hemos visto anteriormente, los *mangas* carecen de color, por lo que muchos seguidores esperan la versión en *anime* para comprobar la nueva aportación del color.

Mostramos la diferencia muy evidente entre lo que supone pasar del blanco y negro del *manga* al color del *anime* en un ejemplo de la película que comentamos:



10.Una escena en el manga (Fuente: Manga de Las Vacaciones de Jesús y Buda vol.1)



11. La misma escena en el *anime* (Fuente: Película de *Las Vaciaciones de Jesús y Buda*)

Volvemos al contenido de la obra. Aunque Buda estaba enfadado con Jesús por ser obligado a subir a la montaña rusa, había acompañado a Jesús para ver el desfile nocturno. Dentro de la obra, según el diseño de Buda, si él ha dicho palabras muy virtuosas, le va a brillar la cabeza. Así que cuando Jesús disculpó por su egoísmo a Buda, dijo Buda: “Se podría decir que su egoísmo ha iluminado mi vida, Jesús”. Y brilló la cabeza de Buda. Para mostrar esta escena,

el autor del *manga* ha utilizado el color negro para el fondo y líneas blancas y las onomatopeyas para mostrar la luz. En el *anime* ya se muestra mejor con el color amarillo y se forma una comparación con las luces del desfile nocturno.



12. Las onomatopeyas y las líneas para mostrar el sonido y la luz en el *manga*
(Fuente: *Manga de Las Vaciaciones de Jesús y Buda vol.1*)



13. La misma escena en el *anime* (Fuente: Película de *Las Vaciaciones de Jesús y Buda*)

2.1.1.2. Otros recursos expresivos diferentes

Desde estas partes de la obra, ya se ven unas diferencias entre su versión de *manga* y de *anime*. El *anime* ha traído los personajes de papel a la pantalla, ellos se mueven y hablan por los actores profesionales de voz, además, no hace faltan las onomatopeyas. Con los recursos de la cinematografía, el fondo ya no es blanco y negro sino multicolor. La luz brilla como la real y no hace falta utilizar las líneas. Además, en el *anime* se añade música de fondo y música temática; las músicas suelen tener el ritmo y letras que corresponden al contenido y la escena del *anime*, así que el público podrá entender mejor lo que quiere expresar el autor, que dispone de más recursos.

En cuanto al sonido de los *animés*, es muy diferente que las onomatopeyas de los *mangas*. En el *anime* se permite utilizar los sonidos naturales y la voz de las personas. El caso de los sonidos naturales, tales como el sonido de viento, del río o de los coches, además de los sonidos del fondo.

Y en el caso de las líneas para los movimientos en el *manga*, en el *anime* serán sustituidas por los movimientos de cámara o en el plano. Por otro lado, las voces de los personajes dentro de *anime* son doblajes por los actores de voz.

Como los *animés* son una industria potente de Japón, hay formación profesional para los actores de voz. En el caso cuando se importan los *animés* en España, sobre todo para estrenar en el cine o para sacar un DVD para vender, hay que doblarlo de castellano. Sin embargo, a veces, los doblajes en otros idiomas han sido muy críticos. Según un vídeo de un canal de una fan que dedica a los *mangas* y *animés* en YouTube⁹, las críticas vienen desde el problema de idioma, porque hay que traducir las guiones originales de Japón y a veces, las guiones tienen problema por incompletos. Además, por la diferencia de las costumbres de narración de cada uno de los idiomas, las traducciones también pueden ser rara según las situaciones.

2.1.1.3. Cambios de contenido del *manga* a su paso al *anime*.

Además de la diferencia visual y auditiva entre *manga* y *anime*, también hay diferencias relacionadas con su contenido. En otra parte de la película *Las vacaciones de Jesús y Buda*, Jesús contó un chiste y se rio él mismo. Por la felicidad de Jesús, en ese momento salieron flores desde la corona de espinas y el agua en la botella se convirtió en vino. Luego los dos, Jesús y Buda, se fueron a hacer compras por las ofertas de un supermercado. Este episodio no ha salido en los *mangas*, es complemente original del *anime*.

En otros *animés* que fueron adaptados de los *mangas*, también existen contenidos originales que no tienen en sus *mangas* originales. Generalmente, este fenómeno es porque la velocidad de la emisión de *animés* ha sido más rápida que la publicación de *manga*. Hay dos maneras para evitar el conflicto

⁹ Canal de Umaru-chan: REACCIONANDO a DOBLAJES HORRIBLES del *anime*:
https://www.youtube.com/watch?v=f__qvUgB9gU

entre el *manga* y *anime*, una es dividir el *anime* en unas temporadas y se emite en diferente trimestre, la otra manera es añadir contenido original en el *anime*. El contenido adicional hay que basarlo en el *manga* original, porque después de que el *manga* tenga suficientes capítulos para adaptarse al *anime*, el contenido del *anime* hay que volver otra vez a la línea principal del *manga*.

Los añadidos suelen ser situaciones que no afectan a la trama principal desde el punto de vista de la coherencia y de la trama. Según Roland Barthes, dentro de un relato, hay varias unidades y funciones. Hay funciones importantes, “cardinales (o núcleos)” y funciones menos importantes “catálisis”.

“Para retomar la clase de las Funciones, digamos que sus unidades no tienen todas la misma «importancia»; algunas constituyen verdaderos «nudos» del relato (o de un fragmento del relato); otras no hacen más que «llenar» el espacio narrativo que separa las funciones-«nudo»: llamemos a las primeras funciones cardinales (o núcleos) y a las segundas, teniendo en cuenta su naturaleza complementadora, catálisis” (Barthes 1970: 20).

Dentro de un *anime*, es igual que un relato, sobre todo las obras que tienen contenido original. Los contenidos adaptados desde el *manga* se pueden tomar como la función cardinal, y los contenidos nuevos, añadidos, como catálisis, ya que no afectan a la historia principal, sino que la complementan con rasgos, aspectos relacionados, etc. Barthes señala que “Una relación de implicación simple une las catálisis y los núcleos: una catálisis implica necesariamente la existencia de una función cardinal a la cual conectarse, pero no recíprocamente” (Barthes 1970: 23). Los contenidos originales del *anime* siempre se meten en los capítulos que pueden ampliarse o complementarse y no tendrán conflictos con los contenidos del *manga*, no ocurren cambios de contenidos del *manga* ni cambio de características esenciales.

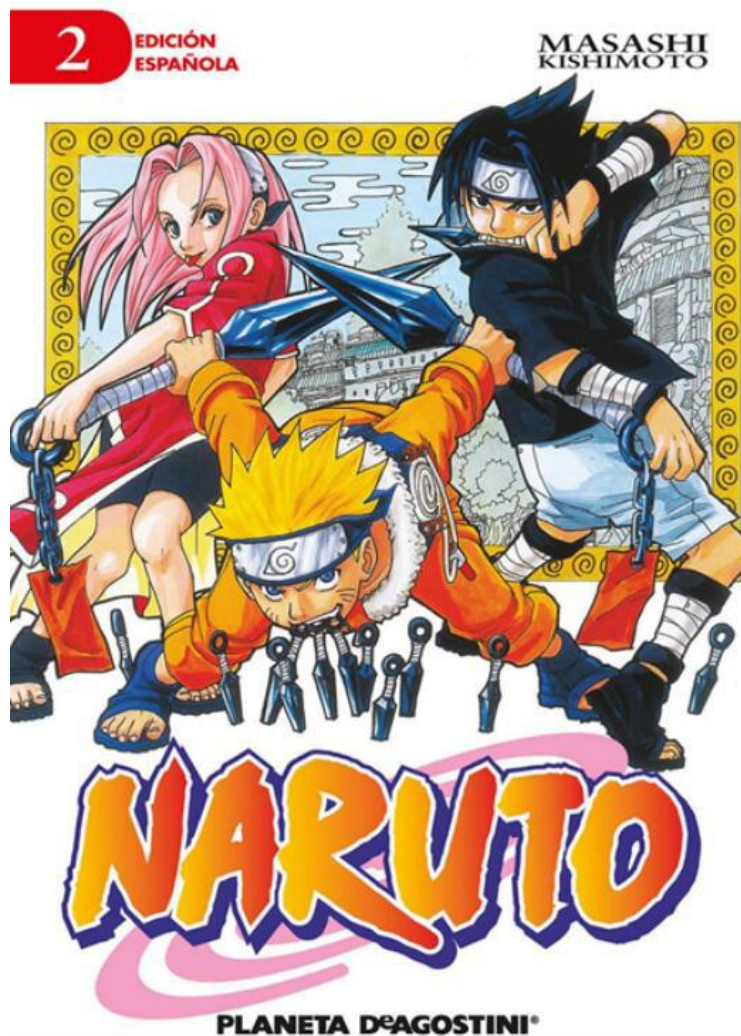
“La función constante de la catálisis es, pues, en toda circunstancia, una función fática: mantiene el contacto entre el narrador y el lector” (Barthes 1970: 21). El caso de añadir contenido original en el *anime* también sería para satisfacer a las audiencias durante el periodo vacante por la escasez de *manga*. Este fenómeno se ve en varias obras, sobre todo en unas obras largas y famosas.

2.2. La situación general de la adaptación del *manga* al *anime*, los videojuegos, el musical y la aceptación de los fans

2.2.1. La adaptación de *Naruto*: del *manga* al *anime*.

Para analizar la situación de la adaptación del *manga* al *anime*, voy a tomar como ejemplo *Naruto*, una obra muy conocida y de referencia del *manga*. *Naruto* es uno de los *mangas* más vendidos en el mundo, escrito e ilustrado por Masashi Kishimoto. Empezó su publicación el año 1999 en la revista semanal japonesa *Shōnen Jump*, y se terminó el año 2014; son 700 capítulos en total. Fue adaptado a *anime* el año 2002, con dos temporadas de 720 capítulos. La emisión terminó en marzo del año 2017. Dentro de estos capítulos, hay 325 que son contenido original del *anime*. Casi el 50%, pues, reproduce contenido original expresamente realizado para el *anime*, que no aparece en el *manga*¹⁰.

¹⁰ Ver anexo 2 y 3.



14. La portada de la edición española del *manga Naruto* (Fuente: Planeta Cómico)

En el caso del contenido original de *Naruto*, además de mantener la distancia narrativa entre el contenido del *manga* y del *anime*, ha añadido más argumento para el final, lo ha prolongado. Debido a que *Naruto* es una obra muy popular en el mundo, tiene muchos aficionados y los personajes de la serie también poseen muchos fans. Esto ha hecho que haya nuevo contenido original sobre las historias extras de los personajes, tales como el final del *anime* de *Naruto*, al que se añadió al episodio de la boda del protagonista y su novia. Así se satisface el deseo de los seguidores de saber más cosas de los personajes, acontecimientos que no aparecían en el *manga* aparecen ahora el *anime*. Además, hay varios capítulos sobre las historias de la infancia o historias

diferentes a las principales del *manga*. En el caso de esta obra, argumentos colaterales fuera de la batalla principal de los personajes más populares, así mientras se satisface a los aficionados de los protagonistas, se mantiene bien la distancia narrativa con los hecho del *manga*.

Capítulos	Contenido del <i>manga</i>	<i>Anime</i> Original (nuevo)
1-25	✕	
26		✕
27-51	✕	
52		✕
53-58	✕	
59		✕
60-96	✕	
97		✕
98	✕	
99		✕
100	✕	
101-106		✕
107-135	✕	
136-220		✕
221-276	✕	
277-291		✕
292-309	✕	
310-332		✕
333-363	✕	
364-371		✕
372-389	✕	
390-391		✕
392-395	✕	

396-416		×
417-442	×	
443-462		×
463-476	×	
477-480		×
481-498	×	
499-501		×
501-503	×	
504-515		×
516-522	×	
523-540		×
541-546	×	
547		×
548-566	×	
567-581		×
582-595	×	
596-597		×
598-608	×	
609-610		×
611-613	×	
614-633		×
634-635	×	
636		×
637-641	×	
642-643		×
644-646	×	
647-670		×
671	×	
672-677		×

678-679	×	
680-681		×
682-683	×	
684-689		×
690-699	×	
700-720		×

Gráfico de los capítulos de *Naruto*, los contenidos nuevos originales en color azul.

2.2.1.1. Análisis de los cambios en la adaptación de *Naruto*.

A continuación, vamos a analizar unos casos en la serie de *anime* de *Naruto* para ver los efectos de estos cambios e innovaciones en la narración del *anime*:

En la primera parte del *anime*, los primeros capítulos de contenidos adicionales originales aparecen dentro del capítulo 97 hasta el 106; son 8 capítulos originales respecto al *manga*. Estos capítulos fueron incluidos entre el contenido sobre el compañero del protagonista, que se llama Sasuke quien huyó de su pueblo para buscar un enemigo potente con el que enfrentarse para llegar a ser más fuerte. El protagonista irá a buscar a Sasuke con unos compañeros para intentar atraerlo. Antes de esta escena, en la que se encontraron el protagonista y Sasuke, se han añadido nuevos capítulos originales.

Los contenidos de estos capítulos originales son uno sobre una competición y los otros sobre una misión en otro pueblo. Estos contenidos no han influido mucho en la línea principal, es decir, sobre el conflicto entre el protagonista y Sasuke. En mi opinión, el argumento de buscar a Sasuke es uno de los más importantes y uno de los momentos principales de toda la historia.

Además, se produce cuando casi se llega al final de la primera parte. Por eso, antes de empezar el encuentro del protagonista y Sasuke, el *anime* ha hecho una pausa del contenido del *manga*, cuya intención es, seguramente, para garantizar la novedad en el *anime* del momento narrativo siguiente con unos capítulos originales. Los productores creen que así pueden conseguir más tiempo para producir un final de alta calidad, más detallado en su desarrollo de la historia.

El argumento de la primera parte de *anime* de *Naruto* termina con la separación de los protagonistas Naruto y Sasuke, quien al final se ha unido con uno de los enemigos.

Después, de este núcleo narrativo, el *anime* ha añadido más de 80 capítulos originales antes de empezar la segunda parte. Dentro de estos capítulos, hay contenidos sobre otros personajes de la serie, tales como uno o varios episodios de la historia para cada personaje.

Además, hay personajes originales que no aparecen en el *manga*. La emisión de estos capítulos originales ha durado casi un año y medio, y luego empezó la segunda parte del *anime* con los contenidos iguales que en el *manga*. Estos capítulos nuevos adicionales se han creado para evitar que el ritmo de *anime* sea tan rápido y supere el ritmo de los acontecimientos del *manga*.

En la segunda parte del *anime* de *Naruto* también hay 160 capítulos nuevos originales, frente a sus 500 capítulos que se corresponden con el *manga* inicial. En estos capítulos, además del contenido que he mencionado antes —como los conflictos con los personajes originales o episodios especiales sobre los personajes principales— hay historias sobre el pasado de estos personajes, tales como la juventud de un maestro, la historia de un clan de la serie, etc.

En esta parte, los capítulos originales se suelen incluir dentro de dos piezas grandes de la historia esencial, por ejemplo, entre una batalla y otra batalla con diferentes grupos de enemigos. A mi modo de ver, estos capítulos también funcionan para mantener la diferencia entre el *manga* y su *anime*, además, ofrecen más detalles sobre el diseño de los personajes. En el final de la historia, se han añadido capítulos sobre la boda de los protagonistas; son contenidos que no aparecen en el *manga*, pero sirven para completar toda la historia.

Estos nuevos contenidos pueden contribuir a completar la historia desarrollada ya en el *manga*. Para los fans es importante que la lectura no se modifique, sino que se complemente. Ellos ya tienen hecha su lectura de conjunto a través de lo que han conocido. Como señalaba Roland Barthes:

“Comprender un relato no es sólo seguir el desentrañarse de la historia, es también reconocer «estadios», proyectar los encadenamientos horizontales del «hilo» narrativo sobre un eje implícitamente vertical; leer (escuchar) un relato, no es sólo pasar de una palabra a otra, es también pasar de un nivel a otro” (Barthes 1970: 15).

Los nuevos episodios introducidos hacen varias los detalles, pero no deben modificar la "comprensión" del conjunto.

Además de añadir nuevas piezas a los personajes, hay *animés* que utilizan contenido original para hacer un repaso a los contenidos anteriores, sobre todo de los capítulos más vistos. Por ejemplo, en la serie del *anime* de *Naruto*, el capítulo 202 de la primera parte es un repaso de las 5 batallas más destacadas dentro los capítulos que han emitido. Sin embargo, este tipo de contenido original integrado por resúmenes es de los que más se queja el público.

Cuando los contenidos originales del *anime* no tienen mucho que ver con la historia principal del *manga*, los nuevos argumentos tampoco son tan excelentes como los del *manga*, especialmente en las escenas de batallas o del conflicto entre los personajes. Así que hay fans del *manga* que dejan de ver el *anime* por su desvío del original. Esto es un riesgo que se corre al añadir contenido que no tiene el *manga*. Los fans pueden rechazar las novedades del *anime*.

Los contenidos originales para la adaptación del *anime* siempre fueron hechos como un tipo de “encadenamientos horizontales del «hilo» narrativo”. Como he mencionado antes, hay *animés* que añaden nuevas piezas de los personajes que no tiene en su *manga* original, esas piezas son los encadenamientos horizontales del *anime* y el *manga*. Aunque son contenidos originales, la historia está basada en el *manga* y fue revisada por el mismo autor del *manga*.

Además, estos contenidos ayudan a mejorar las características de los personajes. A través de estos contenidos, las audiencias también pueden entender mejor a los personajes y al propio *manga*. Para los fans de los personajes, una historia extra sobre ellos también logrará satisfacer la curiosidad de los fans sobre los protagonistas.

2.2.2. Los cambios del orden temporal en la narración.

Hay *animés* que no añaden nuevo contenido al original sino que cambian el orden de los capítulos del *manga* para la adaptación a *anime*. Este cambio, a mi modo de ver, es para mantener y mejorar la fluidez de la historia. Este caso se ve también en *Las vacaciones de Jesús y Buda*. A continuación, voy a analizar los contenidos del *manga* y del *anime* de la obra.

2.2.2.1. *Las vacaciones de Jesús y Buda* y los cambios de orden

Los contenidos del *manga Las vacaciones de Jesús y Buda*, al ser su *anime* una película (no una serie) no se pueden utilizar todos, por eso hay que seleccionar el contenido que se incluirá y hacer modificaciones respecto al *manga* original.

Sin embargo, el caso de *Las vacaciones de Jesús y Buda*:

1. Antes de la película adaptada han salido primero como 2 capítulos en OVA (Original Video Animation). La primera historia en el primer capítulo no es el primer capítulo del *manga*, sino un capítulo posterior. Ese capítulo es sobre la relación entre la casera, señora Matsuda, y Jesús y Buda.

2. El primer OVA empieza con este capítulo, quizá porque el contenido es como un comienzo de la vida de Jesús y Buda en Japón. Han alquilado un piso y tienen que obedecer las reglas del apartamento. Un comienzo así puede facilitar la explicación para el resto de la historia. Sin embargo, en la versión posterior de la película, se ha utilizado el primer capítulo del *manga* como el comienzo de la historia. En el final del OVA2 de la obra, hubo un vídeo de promoción de la película, así que los 2 OVA se puede ver como precuelas para la versión de película.

3. Se ha añadido un episodio en el *anime* en el que Jesús y Buda han ido a hacer compras en un supermercado donde tenían ofertas de papel higiénico. Pero al final, como ellos no han conseguido el papel, han comprado un rábano que también tienen en oferta. Este episodio, en mi opinión, además de tener la función de conectar con otros capítulos, también es para *mejorar* la imagen de los personajes. Aunque los protagonistas tienen un carácter elevado, compran cosas de oferta, sobre todo el personaje de Buda que calcula muy meticulosamente la diferencia de precios entre las tiendas Así que la vida de los seres espirituales en Japón es como la de las personas normales.

4. Otro punto original del *anime* de *Las vacaciones de Jesús y Buda*, es que aparecen los niños. En el primer capítulo del *manga*, Buda volvió a casa y le dijo a Jesús que le había sido apretada su protuberancia carnosa por unos críos del barrio y le dolía mucho. En el *manga* no salen las imágenes de los niños, pero en el *anime* sí.

En el *anime* hay varias escenas en que aparecen los niños. Por ejemplo, en su camino para ir de compras, Jesús y Buda se han encontrado con los niños y Buda huye. En la escena de la fiesta, también los niños quieren atacar otra vez la protuberancia carnosa de Buda, incluso han preparado varios planes de ataque. Al final, el niño no ha conseguido atacar a Buda, sino que fue invitado por Jesús y Buda para ayudar a llevar un *Mikoshi*¹¹ en una celebración religiosa. En la versión del *manga*, aunque mantiene el contenido de la fiesta y sale la imagen que Jesús y Buda llevando el *Mikoshi*, tampoco se ha mencionado nada sobre los niños. Los contenidos originales sobre los niños, a mi modo de ver, son para mostrar la cualidad caritativa de estas figuras religiosas; también es para completar el argumento, para que la historia se vea más cotidiana.

En cuanto a la causa de añadir los episodios de los niños, en la Biblia la imagen de los niños es importante, dentro de las palabras de Jesús, tales como “Dejad que los niños se acerquen a mí”, “Hay que ser como niños para entrar en el cielo”, “Los niños son seres inocentes”, son conocidas. Por eso, es posible que por esta causa se hayan añadido los contenidos nuevos de los niños con Jesús y Buda en el *anime*.

¹¹ La capilla portátil del sintoísmo.



15. La escena de llevar el *Mikoshi* en el *manga* (arriba) y en el *anime* (abajo) (Fuente: *Manga vol.1* y película de *Las vacaciones de Jesús y Buda*)

2.2.2.2. Conclusiones parciales sobre la adaptación desde *manga* a *anime*.

En la adaptación de *manga* a *anime*, los cambios más destacados son el color, el movimiento y el sonido. Los lectores de *manga*, generalmente, están esperando la adaptación de su *manga* favorito a *anime*, así pueden ver a los personajes moverse y hablar, los fondos de color y las escenas con música.

Sin embargo, la adaptación de *manga* a *anime* también significa una modificación adecuada del contenido del *manga* y, si es necesario, el cambio del diseño de los personajes. Al ver un *anime* adaptado desde un *manga*, de lo que se quejan más los lectores de su versión de *manga* es por la modificación de contenidos, porque hay contenidos que fueron cortados, hay cambios de orden de los capítulos, se añaden nuevos contenidos originales e incluso un cierre final original si el *anime* ya no se va a continuar. Por otro lado, también hay *animés* que fueron adaptados muy bien; incluso algunos son mejores que su *manga* original. Hay gente que ve primero la versión de *anime* y luego durante la pausa de la emisión, busca su versión de *manga* para seguir disfrutando la historia.

En resumen, para criticar un *anime* adaptado desde un *manga*, hay que compararlos desde varios aspectos. Los gustos de los públicos tampoco son iguales, por eso, es difícil hacer una obra que satisfaga a todos los fans con su *manga* y también con su versión de *anime*. Pero una adaptación a *anime* siempre es esperada por su autor (que desea ver el resultado) y por los lectores. Ellos tienen ganas de ver cómo se mueven los personajes en la pantalla y para los autores, la emisión o estreno de *anime* va a atraer a más personas que tienen interés por sus obras originales; y las ventas de DVD del *anime* traerá más beneficio a los autores. Así que podemos decir que la adaptación de *anime*, a lo mejor no siempre es una mejora de su *manga* original, pero es una difusión y la afirmación de la obra ante un público más amplio.

2.2.3. La adaptación a videojuegos y musicales.

Además de la adaptación desde el *manga* al *anime*, también hay adaptaciones desde el *anime* a los videojuegos. Por ejemplo, el caso de *Naruto*, que ha sido adaptado en videojuegos para varias plataformas, tales como PC, PlayStation 3, Nintendo DS, etc.

Los videojuegos más antiguos de *Naruto*, empezaron alrededor del año 2003. Con el desarrollo de la técnica del hardware y software, se amplían las plataformas hasta los juegos de teléfonos móviles, abriendo nuevos mercados y públicos.

Y con el desarrollo de la historia del *manga Naruto*, las historias desarrolladas en los nuevos videojuegos también añaden más contenidos. Vamos a analizar uno de los juegos recientes —del año 2016— de *Naruto*.

2.2.3.1. *Naruto Shippūden: Ultimate Ninja Storm 4*

El videojuego que he elegido el titulado *Naruto Shippūden: Ultimate Ninja Storm 4* y pertenece a la serie de *Ultimate Ninja Storm* de *Naruto*. La historia abarca todo el *manga* de *Naruto*, desde la escuela Ninja hasta el combate final contra Sasuke. Es una serie de juego de lucha.

Este último videojuego de la serie lanzó en febrero del año 2016 por la compañía Bandai Namco Entertainment para las plataformas de Microsoft Windows, PlayStation 4, PlayStation Vita, Xbox One y Nintendo Switch.



16. El videojuego *Ultimate Ninja Storm 4* (Fuente: Nintendo)

En *Ultimate Ninja Storm 4* la mayoría de los personajes con los que se puede jugar son los mismos del *manga* y del *anime*, pero también aparecen los personajes de las películas de *anime*. El personaje nuevo incorporado al videojuego es Boruto, que también es el protagonista de la serie de *manga* y *anime* llamada *Boruto: Naruto Next Generations*, la serie secuela de *Naruto*, escrita por Ukyō Kodachi e ilustrada por Mikio Ikemoto. En cambio, la serie del *manga* de *Naruto* estaba escrita e ilustrada por Masashi Kishimoto. Boruto es el hijo del Naruto. Es decir, el videojuego *Ultimate Ninja Storm 4* ha mezclado los personajes de las dos obras.

Los acontecimientos que relata el videojuego *Ultimate Ninja Storm 4* están comprendidos entre capítulo 541 de *Naruto* y el 700 del *anime*; cuenta con numerosas y emocionantes peleas contra jefes poderosos junto a varias secuencias cinemáticas que nos sitúan en la historia que se nos contaba en el *anime* del que procede. Además, habrá un "modo aventura" que se situara después del último combate de Naruto vs Sasuke. Hay varios mapas para elegir cuando empieza el juego; el diseño de estos mapas está basado visualmente en el *manga* y el *anime* de *Naruto*, tales como los pueblos de los Ninjas. Y entre los personajes del juego, hay algunos que pueden *atacar desde lejos* y otros desde cerca, según los diseños del mismo *manga* y *anime*, creando diversas posibilidades de acción de combate en el videojuego.

En este videojuego de *Naruto*, a diferencia del *anime*, los personajes y fondos son en 3D, mientras que los del *anime* son de 2D. Los jugadores pueden disfrutar la misma historia pero con un efecto visual diferente; además, es posible elegir los personajes y los escenarios que se prefiera y utilizar los "poderes" de los personajes desde el primer momento como se quiera. Como es un juego en los modos de un jugador o de multijugador, también es posible jugar en grupo partidas con otros fans de la obra.



17. Naruto vs Sasuke en el videojuego *Ultimate Ninja Storm 4* (Fuente: Nintendo)

Además de *Naruto*, hay más *anime* y *manga* que han sido adaptado a los videojuegos, sobre todo las obras de la revista *Shōnen Jump*, la misma donde se publicó *Naruto*. Las obras de *Shōnen Jump* generalmente tienen muchas escenas de batallas, son más fáciles para adaptar a los juegos de lucha. Y no sólo los videojuegos de lucha, también hay videojuegos adaptados de la aventura conversacional, tales como el videojuego *Neon Genesis Evangelion: the Iron Maiden*, adaptado desde la famosa serie de *anime*: *Neon Genesis Evangelion*¹².

2.2.2.3 La adaptación a musical.

Hoy en día, los *mangas* de Japón, además de ser adaptados a los *animes*, también podemos encontrar adaptaciones con personajes interpretados por actores *reales*, tal como en las películas. Esta modalidad se conoce como *live-action*¹³ en el mundo occidental.

¹² Más contenido sobre la serie *Neon Genesis Evangelion* está en la parte V.

¹³ El análisis sobre *live-action* está en la parte V, 2.3.

Además, en estos últimos años hay otra tendencia en la adaptación del *manga* que —además de la adaptación a *anime* o videojuego— puede convertirse posteriormente en una obra teatral musical, al que se conoce en Japón como “musical de la dimensión 2.5”.

La cultura del *manga* y *anime* también se suele definir como la cultura de 2D, *nijigen* en japonés. “La dimensión 2.5” quiere decir que los actores interpretan los contenidos de la *cultura 2D* en obras tales como los musicales.

「二次元のキャラクターが、現実世界にいる」¹⁴。[“Los personajes del mundo 2D están en el mundo real” (traducción propia).] Así concluyó un artículo sobre la popularidad de los musicales de *manga* y *anime*. A mi modo de ver, además de que “estén en el mundo real”, lo más atractivo es que los personajes de *manga* y *anime* están y actúan antes de los ojos de los fans por medio de los actores que se caracterizan como los personajes.

Voy a tomar también la obra *Naruto* como ejemplo. El primer musical adaptado de *Naruto* se estrenó el año 2006. Fue un espectáculo con mezcla de musical y magia. Aparecían en escena 6 personajes principales de la obra, entre ellos Naruto y Sasuke. El segundo musical de *Naruto* se estrenó el año 2015, titulado *Live Spectacle Naruto*. El argumento, adaptado desde el volumen 1 hasta el volumen 27 del *manga* de *Naruto*, ha añadido más personajes. En el año 2016, *Live Spectacle Naruto* tuvo una gira por varias ciudades de China. El musical más nuevo de *Naruto* se estrenó el año 2017, con el título de *Live Spectacle Naruto: la investigación de Akatsuki*. Este último musical se estrenó también el año 2019, manteniéndose en escena entre octubre y diciembre.

¹⁴ 人気沸騰中“2.5次元ミュージカル”！急速な市場規模拡大の要因とマーケティング戦略:
<https://career.joi.media/trends/2019/07/07/10159/>



18. El cartel de *Live Spectacle Naruto: la investigación de Akatsuki*

(Fuente: ライブ・スペクタクル「NARUTO-ナルト-」 ～暁の調べ～)

Al igual que con el videojuego de *Naruto*, voy a analizar el musical adaptado más reciente. El musical *Live Spectacle Naruto: la investigación de Akatsuki*, la historia se concentra en la organización criminal Akatsuki, cuyo principal objetivo era dominar el mundo. La organización estaba compuesta por

diez poderosos criminales. La historia adapta desde los capítulos 260 a 264 y 334 a 361 del *anime* de *Naruto*,¹⁷ actores actuaban en el espectáculo sobre el escenario.

Muy diferente al *anime* y los videojuegos, el musical es en vivo y se representa por los actores a través de acción, canción y danza. Además, la música también se representa por una banda musical en vivo. Como *Naruto* es una obra sobre los Ninjas, el estilo musical es el del Japón tradicional, por eso, los instrumentos que utilizan la interpretación también son los tradicionales, tales como el *erhu*, de China, y el *taiko*, el tambor japonés. Según el diseño de la historia, los Ninjas en *Naruto* tienen diferentes "poderes"; estos poderes en el musical se presentan en escena con efectos a través de una pantalla situada detrás, al fondo del escenario.

Escribió así un espectador asistente en su blog después de ver el musical:

「一部原作ファンには 2.5 次元というと『原作のイメージがぶっ壊れるんじゃないか』という心配もあると思うけど、個人的な感想を言えば・・・そんな心配はご無用！逆に、この部分を切り取るとこう感じるんだなあ～とか、改めてあの場面はええのお～とか、読んだりアニメで観るのとも違う『新たな視点』からの感動をもらえたりいたします。」¹⁵ “Creo que hay una parte de los fans del *manga* que se preocupa por si la dimensión 2.5 ‘romperá la imagen de la obra original’; personalmente, creo que ¡no hace falta tal preocupación! Al contrario, esta parte seleccionada me hace sentir por su adaptación otra vez que esta escena es muy buena. Me ha emocionado con una ‘vista nueva’ con la que leer el *manga* o ver el *anime*.” (traducción propia)

¹⁵ ライブ・スペクタクル「NARUTO-ナルト-」～暁の調べ～ 観てまいりました！：

<https://konohanogenin.hatenablog.com/entry/2019/11/27/000820>

Además de *Naruto*, también hay más obras de *manga* y *anime* que han sido adaptado a los musicales, tales como *Inuyasha* de Rumiko Takahashi, *Doraemon* de Fujiko Fujio, entre otras. Aunque la mayoría de los espectadores que van a ver los musicales son fans de la obra original, también hay fans que no conocen la obra pero les interesa por los actores, así algunas adaptaciones musicales han sido más famosas que la obra original añadiendo público por el montaje escénico.

2.3. El significado visual del *anime* y el *manga* según la interpretación de E. Panowsky sobre las artes visuales

Para una investigación de un *manga* o *anime*, además de investigar las técnicas que utiliza, las maneras de adaptación, también hay que fijarse en su contenido, el antecedente de la historia y el escenario de la obra, porque esto es lo que quieren expresar los autores para las audiencias.

El teórico e historiador alemán, nacionalizado norteamericano, de las bellas artes, Erwin Panofsky (1892- 1968) escribió en sus Estudios de iconología :

“La interpretación de la significación intrínseca o contenido, que trata de lo que hemos llamado valores ‘simbólicos’ en vez de con imágenes, historias y alegorías, requiere algo más que el conocimiento de temas o conceptos específicos, tal como los transmiten las fuentes literarias”. (Panofsky 1987: 56)

Según Erwin Panofsky, el análisis de las artes no sólo es estudiar las líneas y colores, sino también hay que estudiar las literaturas y culturas que se contienen en el fondo de las obras artísticas, así es la iconología.

Para el *manga* y el *anime*, además de las técnicas de dibujo que utilizan las obras, los contenidos, las escenas y los antecedentes también esto es importante esto para que las audiencias pueden entender mejor lo que quieren expresar los autores. Y a través del estudio de la iconología del *manga* y del *anime* también es posible acceder a los conocimientos que contienen las obras.

En el caso de *Las vacaciones de Jesús y Buda*, he mencionado anteriormente que en la película, Jesús contó un chiste y se rio él mismo. Por la felicidad de Jesús le salieron flores transformando la corona de espinas y el agua en la botella se convirtió en vino. La corona de espinas de Jesús originalmente es un símbolo de su sufrimiento; en la obra, el personaje de Jesús también lleva la corona en la cabeza, pero la obra la toma como un símbolo al contrario de lo original, salen flores como símbolo de la felicidad y no de sufrimiento.



19. Flores en la corona de espinas (Fuente: la película de *Las vacaciones de Jesús y Buda*)

Por otro lado, en la obra, cuando Jesús se siente triste o está ansioso, según el diseño del personaje, sale sangre desde los estigmas de Jesús. Estos diseños son ajustados según la imagen tradicional de Jesucristo.



20. Sangre desde los estigmas de Jesús (Fuente: la película de *Las vacaciones de Jesús y Buda*)

En el caso de Buda, en el primer capítulo del *manga*, Buda volvió a casa y le dijo a Jesús que le había sido apretada su protuberancia carnosa en la frente por unos críos del barrio y le dolía mucho. Según el *Sutra del Corazón*, el tercer ojo de Buda en el entrecejo es pelo blanco, se llama *ūrṇā*. Se considera tradicionalmente que el Buda tiene las treinta y dos características de un gran hombre. Estas treinta y dos características también se consideran presentes en los reyes cakravartin; el *ūrṇā* es una de las treinta y dos características. En el arte y la cultura budistas, el *ūrṇā* es un punto espiral o circular colocado en la frente de las imágenes budistas como una marca auspiciosa. Simboliza un tercer ojo, que a su vez simboliza la visión en el mundo divino; una especie de habilidad para ver más allá de nuestro universo mundano de sufrimiento. En la obra *Las vacaciones de Jesús y Buda*, este *ūrṇā* ha sido tomado como punto débil de Buda, y siempre se esconde de los niños para evitar que le toquen el *ūrṇā*.



21. El tercer ojo de Buda (Fuente: la película de *Las vacaciones de Jesús y Buda*)

Pero no todo son referencias tradicionales. Aunque la obra está llena de la cultura del cristianismo y del budismo, el escenario de la obra es Japón, por eso, a través de estudiar el contenido de la obra, podemos conocer mejor la cultura de la sociedad japonesa.

En la obra, Jesús y Buda han alquilado un piso para su estancia en Japón. La casera del apartamento Matsuda es una persona muy estricta; ha establecido 10 normas para los inquilinos, tales como la clasificación de las basuras para su reciclado. Japón es un país muy famoso por la clasificación de las basuras, se clasifican las basuras combustibles, no combustibles, vidrio, etc. Y cada día solo se permite tirar diferentes tipos de basura. Así que en la obra, cada mañana, la señora Matsuda está vigilando a los inquilinos para que clasifiquen correctamente las basuras para tirar; aunque Jesús y Buda son extranjeros, no hay ninguna excepción.



22. Jesús, Buda y la casera Matsuda (Fuente: OVA de *Las vacaciones de Jesús y Buda*)

Además de la clasificación de basuras, en Japón, hay costumbre de pagar primero adelantado el alquiler de unos meses, y regalar algo, un detalle, al casero o la casera. En *Las vacaciones de Jesús y Buda*, los dos protagonistas también tienen que respetar esa costumbre. Al principio, la casera Matsuda quería rechazar el alojamiento de los dos porque ellos son extranjeros muy sospechosos, según la casera.

Cuando acaban instalarse en la casa, han ido para saludar a la casera Matsuda. En primer lugar, ellos han pagado el alquiler de 3 meses. Y luego han explicado a la señora Matsuda que todavía no ha preparado el sello para la firma del contrato. En Japón, generalmente se utiliza sello en lugar de firma. Y al final, Buda ha regalado un té con pan de oro a la casera. Fue así como la casera Matsuda ha concedido el alojamiento de Jesús y Buda en el apartamento. El anime recoge elementos de la cultura viva del país, además de los elementos tradicionales.

Además de las normas del apartamento, durante la estancia de Jesús y Buda en Japón, la señora Matsuda estaba sospechando todos los días que Jesús y Buda no tenían un trabajo formal porque ellos siempre se vestían "camisetas". En Japón, generalmente para trabajar en una empresa, hay que ir con trajes, por eso, de las personas que salen por la mañana y no llevan trajes se piensa que no trabajan y son vagabundas. Así que Jesús y Buda pasaban todos los días con mucho cuidado para no molestar a la señora Matsuda porque para ellos era difícil encontrar un piso en Japón.

En Japón, los trajes son símbolos de trabajo. En la cultura del trabajo de Japón, cuando una persona termina la carrera en el instituto o la universidad, ya es una persona social, y el símbolo de una persona social es el traje, tiene que llevar el traje y empezaron a buscar un trabajo. Para ir a una entrevista de trabajo, también tiene que llevar traje, y después de ingresar a una empresa, hay que llevar traje todos los días , incluso en verano.



23. Los trabajadores con trajes en Japón (Fuente: NHK)

En una noticia de internet sobre un artículo de China que explica por qué a los japoneses les gusta el traje, se escribe 「日本人がスーツを着用する理由として、日本人は何事にも『慎重』で、細かいことにも気を配る国民性であるとし、『それゆえ、常にその場にふさわしい服装でいることが求められる』と強調。そして、日本人は集団意識が強く、企業では個性が求められないがゆえに、オフィスでは誰もが『一様に』スーツを着用することが求められる」¹⁶。

“La causa de que los japoneses lleven traje es porque ellos son muy prudentes para todas las cosas, ponen la atención en cosas muy detalladas; por eso, ellos siempre llevan lo que se considera adecuado según el ambiente alrededor. Además, los japoneses tienen la conciencia de grupo. En las empresas, no se habla del carácter individual, sino de lo global (es decir, todo el mundo tiene que ser igual). Por eso, en las oficinas, todo el mundo lleva lo mismo traje” (traducción propia).

Hay un canal en Youtube que se llama Nekojitablog. Es un canal hecho por una pareja que vive en Japón. El marido es español y su esposa es japonesa. Ellos han grabado un vídeo sobre el vestuario en Japón. En el vídeo comentó el hombre español: “Hay momentos en Japón, aunque es muy importante mantener la armonía que está en esa situación, en el contexto que está. Esto se nota mucho más, por ejemplo en el ámbito profesional, en las oficinas o institutos, obviamente no puedes vestir ni peinarte como tu quieras, tienes que seguir las normas de esta oficina o de esta escuela. En España se tiene más flexibilidad. En Japón, en muchas oficinas que tienen que vestirse de manera muy similar, es como la camisa blanca o azul claro, chaquetas y pantalones, las

¹⁶ 日本人はなぜスーツを着るの? : https://www.excite.co.jp/news/article/Searchina_20180531092/

pantalones pueden ser en color negro o gris, y ya está. En España hay oficinas que te dejan vestirse como quieras y hay más flexibilidad, por ejemplo una camisa de cualquier color y pantalón vaquero, y eso en Japón...”¹⁷.

Por eso, en la obra *Las vacaciones de Jesús y Buda*, los dos protagonistas también tienen que mantener la armonía de la sociedad japonesa, por ejemplo la clasificación de las basuras y otras normas del apartamento. Además, por vestirse siempre con las camisetas y pantalones vaqueros, sospecharon que no tenían trabajo.

La comprensión del *anime* implica el conocimiento de este tipo de contenidos sin el cual las historias no tendrían sentido. El hecho de que *animés* y *mangas* tengan públicos globales, repartidos por todo el mundo, implican un esfuerzo de comprensión por parte de sus públicos internacionales, que deberán acercarse a la cultura japonesa para lograr acceder al sentido. *Mangas* y *animés* son, de esta manera, instrumentos de intercambio y conocimiento cultural. Han conseguido llegar a audiencias internacionales sin perder gran parte de su sentido local, necesario para la comprensión.

Desde esta obra, que mezcla la cultura occidental y la cultura de sociedad japonesa, ya podemos sacar unas informaciones sobre Japón. Por ejemplo, las normas de alquilar un piso, la relación entre los inquilinos y los caseros. En la obra, según el diseño de los personajes, Jesús y Buda aunque son figuras religiosas y espirituales y les ayudan los seguidores, también se están esforzando para acostumbrarse a la vida en Japón. Y así es también la realidad de los extranjeros que viven en Japón. A través de estudiar la obra, hemos conseguido saber sobre la cultura social de Japón, las diferencias entre Japón y el mundo occidental y, además, la situación de los extranjeros que viven en

¹⁷ EN JAPÓN PUEDES VESTIR COMO QUIERAS: <https://www.youtube.com/watch?v=Pz7uzBUW2Fo>

Japón. Así es el conocimiento iconológico de la obra *Las vacaciones de Jesús y Buda*, aquellos sobre los que se sustentan las imágenes y situaciones.

Al contrario de *Las vacaciones de Jesús y Buda*, que tiene las escenas en Japón, hay cada día más obras de *manga* y *anime* que toman uno o varios países occidentales como los escenarios de la historia. A continuación, el análisis se va a concentrar en unas obras que tienen las escenas en los países occidentales.

Parte III. La cultura del *manga* y el *anime* y el turismo: una interacción productiva

3.1. Países occidentales como escenarios de los *mangas* y *animés* y su influencia en la audiencia y la industria turística

Otra forma que se utiliza mucho para vincular la cultura occidental con los *mangas* y *animés* es tomar uno o varios países occidentales como los escenarios de la historia, es decir, narrar una historia que transcurra en los países extranjeros. Igual que en las películas y series televisivas que vemos frecuentemente, los *mangas* y *animés* también pueden utilizar lugares que existen en la realidad como escenarios para las obras. Hoy día hay cada vez más obras de *mangas* y *animés* que tienen sus escenarios en países extranjeros fuera de Japón, sobre todo en los países occidentales.

En cuanto a las obras que tienen los escenarios en países occidentales, cabe mencionar la serie de *anime Heidi*. *Heidi* es la primera serie de *anime* japonés que tiene su escenario en un país extranjero. La obra es una adaptación de la novela de la escritora suiza Johanna Spyri. La emisión de obra empezó en el enero del año 1974, y terminó en diciembre del mismo año; son 52 episodios en total. El escenario de la obra estaba en Suiza y los Alpes, se estrenó en España en el año 1975. El director de la serie era Isao Takahata, uno de los fundadores del famoso Studio Ghibli, otro personaje importante para el Studio Ghibli, Hayao Miyazaki también fue asistente en el ajuste de escenarios de la serie *Heidi*¹⁸.

Otras obras del Studio Ghibli también tienen sus escenas en los países europeos, aunque no se sabe si tiene influencia de la serie de *Heidi*. Por ejemplo, el escenario de *El castillo en el cielo* está en Gales, de Reino Unido, *Porco Rosso* tiene lugar en Dubrovnik, de Croacia; Colmar, de Francia para

¹⁸ TV アニメ放送から 45 年「ハイジ」誕生秘話 制作者がロケ地スイスで語る:

https://www.swissinfo.ch/jpn/culture/tv%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%A1%E6%94%BE%E9%80%81%E3%81%8B%E3%82%8945%E5%B9%B4_%E3%83%8F%E3%82%A4%E3%82%B8-%E8%AA%95%E7%94%9F%E7%A7%98%E8%A9%B1-%E5%88%B6%E4%BD%9C%E8%80%85%E3%81%8C%E3%83%AD%E3%82%B1%E5%9C%B0%E3%82%B9%E3%82%A4%E3%82%B9%E3%81%A7%E8%AA%9E%E3%82%8B/45202456

escenario de *El castillo ambulante* y Estocolmo, en Suecia como escenario de *Nicky, la aprendiz de bruja*. (Serracant 2017)

En el año 2002, el grupo de producción del Studio Ghibli viaja a la región de Colmar y al castillo Haut-Koenigsbourg, observa el trabajo de los artesanos locales y contempla sus paisajes. También visitan la ciudad alemana de Heidelberg y París (Serracant 2017: 127). Por eso, se puede pensar cómo la tendencia de tomar los paisajes y las ciudades para las obras de *manga* y *anime* empezaba desde la generación de Isao Takahata y Hayao Miyazak, y aumentó cada vez más.

A mi modo de ver, hay varias formas de vincular los paisajes de los países extranjeros con la historia. Generalmente hay 2 tipos: uno es cuando la historia de la obra es sobre un país extranjero, por ejemplo, el *manga* del año 1972 de Riyoko Ikeda, *La Rosa de Versalles*, que cuenta una historia sobre la Francia del siglo XVIII. Esta tiene lugar en el Palacio de Versalles. La protagonista se llama Óscar, una de las hijas de un general francés, criada como varón y llamada Óscar porque el general no pudo tener hijos varones. Cuando tenía 14 años, Óscar se convirtió en Capitana de la Guardia Imperial y protectora de la nueva princesa de Francia, María Antonieta. La historia es sobre la vida de Óscar. El *manga* fue adaptado a *anime* y se emitió durante octubre del año 1979 y septiembre del año 1980, con 40 capítulos en total.

El otro tipo de vínculo de los *manga* o *anime* y los países extranjeros es la mezcla de la cultura japonesa con la cultura occidental. Tales como cuando un personaje japonés que vive en otro país o mezcla costumbres japonesas con un lugar occidental; ese lugar, generalmente es un país inventado. En este tipo de obra, a veces también se utilizan los paisajes reales de los países occidentales, pero no se va a mencionar el nombre de un país concreto. También hay obras que utilizan los escenarios inventados pero con estilo de arquitectura occidental.

Además, también hay obras que no sólo toman un país como la referencia sino se hace un recorrido por varios países. A continuación, voy a analizar obras características de estos 2 tipos.

Para comenzar el análisis de los escenarios de *manga* y *anime*, hay que mencionar la elaboración de fondos. Según el libro del profesor Antonio Horno López, hay dos formas de la elaboración de fondos, la primera es la forma digital, se utiliza en la mayoría de las producciones del *anime*, a través de los programas de retoque fotográfico del tipo *Photoshop*. Esta forma es más conveniente para los paisajes reales que aparecen en los *animés*. Otra forma es la tradicional, la elaboración a mano. Para los fondos realizados a mano, se necesita un papel que tenga el grosor adecuado para la pintura húmeda.

“El artista encargado de realizar los fondos comienza humedeciendo el soporte por ambos lados, adhiriendo el papel a la superficie de trabajo, esto hace que la pintura se diluya mejor facilitando la degradación de los colores. Unas primeras y amplias pinceladas de pintura acrílica determinan el color base de configura el fondo” (Horno López 2017: 101,102).

En cuanto a buscar la referencia para los escenarios, también hay dos formas distintas y depende los autores o los productores del *manga* y *anime*. Una de ellas es como lo ha hecho el Studio Ghibli, en la que los productores van a los escenarios que existen para visitar y encontrar la referencia que necesitan. Y la otra forma, según señala el autor Tsugumi Ohba, el guionista de *Death Note*, quien dice que "nunca salió de su casa para tomar referencias de los escenarios que posteriormente aparecerían en su historia. Al parecer toda la investigación la llevó a cabo a partir de fotografía buscadas a través de Internet. Por el contrario, su dibujante, Takeshi Obata, sí confirma que para dibujos puntuales realizaba fotografías o veía películas a fin de usarlas como modelos

en el diseño de algunos paisajes" (Horno López 2017: 104,105).

3.1.1 Cuenca como escenario en la serie de *anime So • Ra • No • Wo • To*

En cuanto a las obras que tienen los escenarios occidentales pero el país en la obra es uno inventado o existen varias culturas en la obra. Voy a empezar con una serie que cuyo escenario se encuentra en España. La serie se llama *So • Ra • No • Wo • To*, traducido como *Sonido del cielo*. Es una serie de *anime* original, producido por A-1 Pictures y Aniplex, y dirigida por Mamoru Kanbe. Tiene 12 capítulos en total y 2 capítulos como OVA. La emisión de la serie fue de enero hasta marzo del año 2010. La obra es de ciencia ficción y el tema de la obra se, puede concluir como militar y musical.

La época de la obra es un futuro después de unos años de guerra. El mundo se ha separado en dos países, Helvetia y Roma. La técnica y la ciencia han degenerado, se usan incluso unos idiomas ya no existen, la tierra se ha convertido en el desierto y los peces han desaparecido del mar. La protagonista de la obra se llama Kanata Sorami. Cuando Kanata era muy niña, se perdió en una zona de ruinas y se encontró con una soldado con trompeta. Kanata fue atraída por la canción que tocaba la soldado y decidió ingresar en el ejército para aprender a tocar el trompeta. La historia es sobre la vida de Kanata en el destacamento 1121 de la ciudad de Seize, en Helvetia. La ciudad, Seize, es una ciudad imaginaria basada en la ciudad de Cuenca, en España.

El lugar dónde se estaciona el destacamento 1121 es un edificio junto al puente. Es dónde está en la realidad el Parador de Turismo de Cuenca, junto al puente de San Pablo. A lo mejor, por esta causa, el grupo o la persona del *Gensaku* (原作), o sea, la persona o las personas de producción y equipo técnico, quienes habían creado la historia de la obra también se llama Paradores.



24. El puente de San Pablo en el *anime* (Fuente: Anime de *So • Ra • No • Wo • To*)



25. El puente de San Pablo en Cuenca (fotografía de la investigadora)

Según la obra, el destacamento 1121 está en una fortaleza para avisar de la hora a los habitantes. Cada mañana, antes de salir el sol, Kanata tiene que tocar la trompeta para despertar al pueblo en el torre de la fortaleza. Sin embargo, en la realidad, en el Parador de Cuenca no hay torre, pero en la obra sí. La torre que se utiliza en la obra es la Torre de Mangana, de Cuenca, que se ubica a 3 kilómetros desde el Parador, en la calle Santa María de Cuenca. Así que los artistas del fondo han juntado la torre con el Parador en la obra.

Además del Parador y la Torre de Mangana, la serie ha utilizado otros lugares de Cuenca como fondo. Por ejemplo, las Casas Colgadas. En la obra, en las Casas Colgadas vive la dueña de una tienda de víveres que mantienen la fortaleza de Seize.



26. Casas Colgadas en el *anime* (Fuente: *Anime de So · Ra · No · Wo · To*)



27. Casas Colgadas en Cuenca (fotografía de la investigadora)

El Cristo del Pasadizo también ha salido en la obra, para corresponder a la leyenda de la obra, en la que unas chicas vencieron a un demonio de fuego y protegieron al pueblo. La figura del Cristo fue cambiada por una figura de una chica en la leyenda.



28. La figura en el *anime* (Fuente: *Anime de So • Ra • No • Wo • To*)



29. La figura del Cristo en Cuenca (fotografía de la investigadora)

Aparte de estos lugares, también han salido en la obra el ayuntamiento de Cuenca, el edificio de la Inquisición (Archivo Histórico Provincial), etc.



30. El ayuntamiento en el *anime* (Fuente: *Anime de So · Ra · No · Wo · To*)



31.El ayuntamiento de Cuenca (fotografía de la investigadora)



32. El edificio en el *anime* (Fuente: *Anime de So ▪ Ra ▪ No ▪ Wo ▪ To*)



33. El edificio de la Inquisición en Cuenca (fotografía de la investigadora)

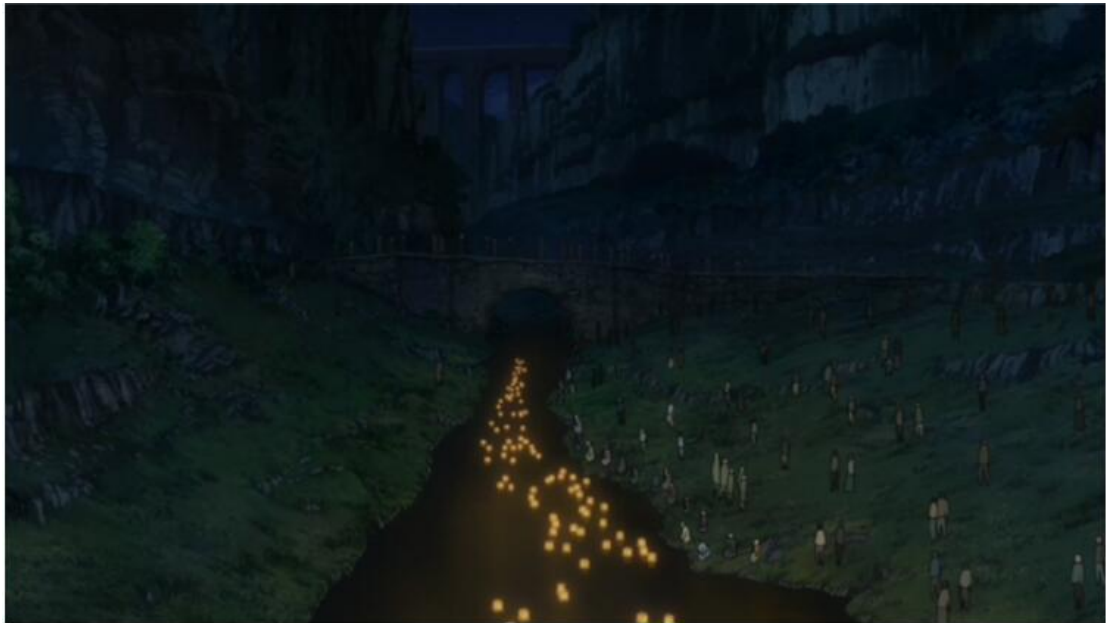
Sin embargo, en la obra, aunque para el fondo se utilizan todos los materiales de Cuenca, en la historia no se menciona nada sobre España o Cuenca.

A mi modo de ver, si la obra ha seleccionado Cuenca como su escenario, es por el diseño de la historia: la civilización de los seres humanos que ha decaído por las guerras, la tierra que se ha convertido en desierto. Así que el casco antiguo de Cuenca, que mantiene muy bien su estilo medieval, que cuenta también con un paisaje de piedra y montañas, es muy adecuado para el ambiente de la historia que se cuenta por la serie. Aunque en la obra no se ha mencionado que escenario es en Cuenca, los fans de la obra lo han descubierto.

Además de utilizar Cuenca como escenario de la obra, en *So • Ra • No • Wo • To*, la parte de Roma utiliza el alemán como su idioma oficial, los personajes de Roma habla directamente en alemán en la obra. Y el idioma de Helvetia es el francés, pero se escribe en jeroglífico. Como la mayoría de la historia se desarrolla en la parte de Helvetia, los personajes principales hablan en japonés. Además, los tanques que utiliza Helvetia se parecen mucho a los del ejército alemán durante la II Guerra Mundial, y los de Roma, a los de los Estados Unidos.

Aunque el ambiente de la historia es el de un país occidental, la historia se ha mezclado con la cultura japonesa. Por ejemplo, el nombre de la protagonista es Kanata Sorami (空深彼方), un nombre japonés. Pero también hay personajes como Phylcia Heideman, con nombre occidental. Además, en la obra, la gente ha celebrado la festividad de Obon. Obon es una festividad japonesa para honrar a los espíritus de los antepasados de la familia. La fiesta se celebra durante los días 13 a 16 de julio, la gente se reúne para el culto a los antepasados. Además hay otros eventos para la conmemoración como, por

ejemplo *Tōrō nagashi* (灯籠流し), una ceremonia para hacer flotar farolillos de papel por un río. Según la creencia de los japoneses, durante el festival, los espíritus de los antepasados van a volver a ver a las familias, y cuando vuelvan, los farolillos van a guiar a los muertos para volver a su mundo. En la serie *So Ra No Wo To*, en su capítulo 7, los protagonistas también han celebrado esta fiesta flotando los farolillos en honor de los soldados y de las familias fallecidas.





34. *Tōrō nagashi* (Fuente: Anime de So ▪ Ra ▪ No ▪ Wo ▪ To)

Además de las fiestas, también se ve en la serie la mezcla de religiones. Por ejemplo hay una monja en la serie; ella vive en la iglesia de Seize y cuida a niños abandonados y huérfanos. Sin embargo, al lado de la iglesia, hay un armazón de los *Emas*. Los *Emas* (絵馬) son unas pequeñas placas de madera, generalmente tiene un lado con dibujos y otro lado en blanco. Los creyentes del sintoísmo escriben sus deseos y oraciones en el lado blanco y las cuelgan fuera de los *Jinjas*. En la obra ha aparecido este dibujo abajo que al lado de la iglesia hay los emas. Por lo tanto, es una obra que mezcla la cultura occidental con la cultura japonesa.



35. Los *Emas* con una iglesia (Fuente: *Anime de So • Ra • No • Wo • To*)

Según un reportaje de *El Mundo* en el año 2011, gracias a la emisión de la serie en el año 2010, “aproximadamente unos 4.000 japoneses visitaron la ciudad de Cuenca durante el año 2010, que fue ‘magnífico’. Una parte de estos turistas que llegan buscan expresamente los paisajes y monumentos que aparecen en la serie de *anime* ‘Sora no Oto’ producida por TV Tokio, que se estrenó el año pasado. Vienen con la fotocopia de las imágenes, para ver los mismos lugares que aparecen en la serie, que se sitúa en la ciudad imaginaria de Seize y relata cómo se protege una fortaleza”¹⁹.

Además, en el vídeo del reportaje, en el que fue entrevistada una turista japonesa, dijo que quería ver las Casas Colgadas, y en aquel año, el ayuntamiento de Cuenca había editado unos 2,000 ejemplares de guías en japonés. A través del vídeo del reportaje, el delegado del gobierno de Cuenca ha hecho una propaganda para el turismo de Cuenca: “Cuenca no tiene los problemas que tienen en Madrid como los turistas extranjeros son víctimas de

¹⁹ El Mundo (13/02/2011): Una serie japonesa despierta la pasión por Cuenca. Ver anexo 1.

robo de carteras o robo de documentación. Cuenca es una de las capitales más segura en toda la España”.

Para este fenómeno de visitar los escenarios aparecidos en las series de *anime*, hay un término en Japón, y es *Seichi Junrei*（聖地巡礼）.

3.2. La definición de *Seichi Junrei* y su influencia a Europa

El término *Seichi Junrei*, literalmente significa “la peregrinación a Tierra Santa”, se puede entender como Turismo inducido por la cultura de masas, es decir, un viaje para visitar un lugar escenario de una obra popular. Por ejemplo, después de ver las películas de la serie *Harry Potter*, hay gente que se va a Escocia para visitar los lugares de rodaje.

En Japón, el término *Seichi Junrei* generalmente se refiere a las obras de *manga*, *anime* y videojuego, pero también se puede utilizar para una película u otras obras literarias. Para analizar el fenómeno de *Seichi Junrei*, hay que empezar por la definición del llamado “Contents Tourism”.

En el año 2005, se publicó por el Ministerio de Tierra, Infraestructura, Transporte y Turismo, por el Ministerio de Economía, Comercio e Industria y por la Agencia de Asuntos culturales de Japón una investigación titulada: *La Investigación sobre la Promoción de las Regiones a través de los Contenidos de las Producciones Visuales*. Dentro de la investigación, por la primera vez se propuso la definición de “Contents Tourism”.

「このような地域に関わるコンテンツ（映画、テレビドラマ、小説、まんが、ゲームなど）を活用して、観光と関連産業の振興を図ることを意図したツーリズムを『コンテンツツーリズム』と

呼ぶ」。(国土交通省・経済産業省・文化庁 2005: 11) “El turismo a través de utilizar los contenidos que relacionan a las regiones (de película, telenovela, novela, *manga*, videojuego y etc.), con propósito de promover el turismo local y las industrias relacionadas. Este tipo de turismo es el Contents Tourism” (traducción propia).

En el caso que los “contents” son de *anime* y *manga*, según el libro que publicó el profesor Takayoshi Yamamura en el año 2011, profesor asociado del Centro del Estudio Avanzado de Turismo de la Universidad de Hokkaido de Japón, 「アニメやマンガ等が地域にコンテンツを付与し、こうした作品と地域がコンテンツを共有することによって生み出される観光のこと。」(山村 2011: 6) “Una visita a los lugares que los *animes* y *mangas* que tienen los mismos contenidos que las regiones, y comparten los mismos contenidos, se define como ‘*anime* tourism’” (traducción propia). En términos simples, los fans de los *mangas* y *animes* visitan y recorren las regiones y escenarios que aparecen en las obras por su interés.

「アニメ聖地とは、山村(2008)によると、アニメ作品のロケ地またはその作品・作者に関連する土地で、且つファンによってその価値が認められている場所のことを指す」。(岡本 2008: 1) “La Tierra Santa del *anime*, según Yamanura (2008), es el lugar del rodaje de la obra de *anime* y está relacionado con su autor y la obra. Y mientras, un lugar al que los fans le reconocen que tiene valor de visita” . (traducción propia)

Para los fans, las regiones y escenarios de las obras son importantes, son lugares que anhelan visitar y conocer , por eso se llama “Tierra Santa”, la visita

a los escenarios, se llama “la peregrinación a Tierra Santa”, “*Seichi Junrei*” en japonés。

En cuanto al origen de la acción de *Seichi Junrei*, escribió Takeshi Okamoto, el profesor asociado de la Universidad de Kindai de Japón, 「アニメ聖地巡礼行動が開始されたのは、1990 年代前半であることは言えるだろう。メディアの発達を考えても、アニメの背景をじっくり見ることができるようになるためには、ビデオの普及が必要であると考えられる。ビデオであれば、アニメを録画し、画面を停止させることができ、背景をじっくりと見て、どこがロケ地かを推測することができる。もし、そういった技術がなければ、テレビで一度きりしか放送されないものを見て、背景がどこをモデルにして描かれたものかを断定しなければならない。」（岡本 2009: 40）

“El comienzo de la acción de *Seichi Junrei* se considera en la primera mitad de los años 90. Es necesario el desarrollo de los medios de comunicaciones y la divulgación del reproductor de vídeo para fijarse en los fondos del *anime*. Con el reproductor de vídeo, se puede grabar *anime*, parar el vídeo y observar el fondo, así se presume dónde es el lugar del rodaje de *anime*. Si no hay una posibilidad técnica como esta, hay que decidir dónde está el modelo del fondo del *anime* a través de verlo sólo una vez en emisión de la televisión”.（traducción propia）

Según un programa de TV sobre *Seichi Junrei* de NHK, comentó un director de una compañía de *anime* que 「美術として全く新しい世界を構築するっていうのはものすごく才能も時間も必要とされるんだけど、

半年前とか 8 か月前から準備してその世界観を 1 個作ろうってまず無理ですね。」²⁰ “Construir un nuevo mundo para una obra artística cuesta mucho talento y tiempo. Es imposible elaborar una concepción del mundo en medio año u ocho meses”. (traducción propia)

Según el reportaje, un *anime* hecho por esa empresa, después de dos semanas de emisión, habían llegado 5.000 personas que visitaron la ciudad del escenario del *anime*. Podemos entender que ahora haya cada día más compañías de *anime* que utilizan los lugares reales para los escenarios de las obras, porque así se ahorra el tiempo y el gasto de la producción de un *anime*. Además, si la audiencia tiene interés en los escenarios, los van a visitar, así que también se promueve el turismo de los lugares de rodaje.

En el año 2007, la serie de *anime* *Lucky ☆ Star* se empezó a emitir en la televisión. La obra narra la vida diaria de 4 estudiantes. Una de ellas se llama Konata Izumi, es muy aficionada al *manga* y *anime*, pero no tiene interés en otras cosas. El escenario de la serie es la ciudad de Kukishi, ubicada en la prefectura de Saitama, de Japón. Después de la emisión de la serie, los fans de la obra se reunieron para visitar la ciudad y celebraron allí los eventos de comunicación sobre la serie. Así se empezó la tendencia de la visita a los escenarios de las obras de *manga* y *anime*. El caso de *Lucky ☆ Star* fue considerado como el caso más destacado de *Seichi Junrei*.

「現代社会では、視聴覚メディアやインターネットの普及から、日常生活における様々な刺激への接触機会や量が増えており、これらが潜在的認知や情動に影響を及ぼすことが指摘されてい

²⁰ アニメを旅する若者たち “聖地巡礼”の舞台裏: <https://www.nhk.or.jp/gendai/articles/3171/index.html>

る（下條 2008）。」（嘉幡 2009:68）“Según Shimojō (2008), en la sociedad contemporánea, con la divulgación de media visual e internet, hay más oportunidad de contactar con varios tipos de estímulos en la vida cotidiana. Desde entonces, va a tener influencia a la conciencia latente y sentimientos”. (traducción propia)

La investigación de Kabata en el año 2009 ha explicado un poco la causa de la acción de *Seichi Junrei* desde el punto de vista psicológico. Además del desarrollo de los medios de comunicaciones según Shimojō (2008), también hay relación con la psicología cognitiva:

「認知心理学や社会心理学では、対象への接触回数の増加が、その対象への好意度を高めるという現象が報告されている。」

(嘉幡 2009:66) “En la psicología cognitiva y la psicología social, hay un fenómeno que a más veces de contacto con un objeto, mejor impresión va a tener con este objeto”. (traducción propia)

Por eso, con el desarrollo de la técnica de los medios de comunicaciones e internet, son más las veces que la audiencia puede disfrutar la obra que le gusta de *manga* y *anime*, y cuantas más veces se fija en los escenarios de las obras, más ganas va a tener de ir a visitarlos. Así esta es una de las causas de la acción de *Seichi Junrei*.

Los fans del *anime*, quienes se van a un *Seichi Junrei*, según Okamoto, tienen generalmente 5 características:

「１．アニメ聖地巡礼者は、アニメで用いられた風景を撮影し、情報をホームページで発信すること。２．アニメ聖地巡礼者

は、ノートへの書き込みや絵馬など、地域に何か巡礼の記念物を残し、それがさらに観光資源となって人を呼んでいること。3. 旅行動機はアニメの舞台を訪ねることであるが、現地の人やファン同士の交流を楽しむことがあること。4. アニメ聖地巡礼者の中には、高頻度で当該地域を訪れるリピーターがいること。また、遠方からもアニメ聖地巡礼に訪れる者もいること。5. アニメ聖地巡礼者には「旅行情報化世代」が多いこと。」（岡本 2009: 49)

“1. Los ‘peregrinos’ del *anime* toman fotos a los paisajes que aparecen en los *animés* y las suben en el Internet. 2. Los visitantes de *Seichi Junrei* escriben notas o Emas o dejan allí alguna señal como recuerdos del *Seichi Junrei* , y otros ‘peregrinos’ los toman como unos puntos más de interés. 3. Aunque la motivación del viaje es visitar los escenarios de *anime*, ellos también disfrutan a través de comunicar con los nativos y los fans de la misma obra. 4. Entre los ‘peregrinos’, hay gente que repite la visita al mismo lugar. Además hay ‘peregrinos’ que vienen desde muy lejos, incluso desde los países extranjeros. 5. La mayoría de los ‘peregrinos’ de *anime* consigue las informaciones sobre los lugares de rodaje por Internet”. （traducción propia）

3.2.1 El caso del *Seichi Junrei* a España

En el caso de la obra *So · Ra · No · Wo · To*, según el reportaje²¹, la gente llegaba a Cuenca con la fotocopia de las imágenes, para ver los mismos lugares que aparecen en la serie, es igual que la primera característica señalada, los visitantes llevaban imágenes para encontrar el mismo lugar que aparece en el

²¹ Ver nota 14.

anime, y muy posible, tomaron fotos para los escenarios.

Además de los turistas por la obra, hay *dōjinshi* (同人誌)²² con el tema de *Seichi Junrei* a España por la obra *So · Ra · No · Wo · To*.



²² Historietas *manga* autopublicadas, se trata normalmente de fanzines de manga. Los *dōjinshi* se compran, venden e intercambian en las ferias de *manga*, *anime* y videojuegos.



36. La dōjinshi de un ilustrador japonés sobre la obra *So ・ Ra ・ No ・ Wo ・*

*To*²³

En esta publicación privada, el ilustrador publicó las fotos que han tomado en Cuenca y escribió la experiencia de su viaje, además, escribió también sobre las comidas de España, la experiencia de asistir a una feria de *manga*, etc. Este tipo de publicación, también es ajustada con las características de los ‘peregrinos’, toman fotos a los lugares que aparecen en *anime* y dejan informaciones para otros fans. Además, no sólo visitan los escenarios, sino que también comunican con los nativos allí, y a través de sacar la publicación como esta, se puede comunicar con los fans de la misma obra.

²³ 同人誌即売会&旅行記 2 スペイン編:
https://www.melonbooks.co.jp/detail/detail.php?product_id=174687

Los *Seichi Junrei* a España, además de la obra *So · Ra · No · Wo · To*, también existen por otra obra, que se llama *Yuri!!! on Ice*. *Yuri!!! on Ice* es una obra con el tema de patinaje artístico sobre hielo, comenzó la emisión el 6 de octubre de 2016, son 12 episodios en total. En el año 2019, se estrenará una película de la misma serie, con historia original. La serie de *anime* ha sido muy recibido en Japón y ganó tres premios en los Tokyo *anime* Awards. La serie cuenta con una gran cantidad de fans en todo el mundo.

La historia de la serie de *anime* se centra en las relaciones entre el protagonista, el patinador artístico japonés Yuri Katsuki y su ídolo, el campeón de patinaje artístico ruso Victor Nikiforov, y el rival del protagonista, el patinador ruso Yuri Plisetsky. Yuri Katsuki participa en el Grand Prix, con Victor como entrenador, Yuri Katsuki e Yuri Plisetsky ambos consiguen llegar a la final en Barcelona.

La mayoría del argumento de la serie *Yuri!!! on Ice* tiene lugar en la ciudad natal de Yuri Katsuki, Hasetsu, se basa en la ciudad de Karatsu, Saga. En diciembre de 2016, la prefectura de Saga anunció el lanzamiento de un proyecto para promover el turismo local mediante la popularidad de la serie²⁴. En mayo de 2017, *Yuri!!! on Ice* atrajo unos 20.000 turistas de 27 países diferentes a Karatsu²⁵. Como la final de la historia tiene lugar en Barcelona, también hay fans de la serie visita a Barcelona, el escenario de la final de *Yuri!!! on Ice*.

²⁴ Yuri!!! on Ice Promotes Main Character's Home Prefecture:
<https://www.animenewsnetwork.com/interest/2016-12-27/yuri-on-ice-promotes-main-character-home-prefecture/.110364>

²⁵ Yuri!!! on Ice Campaign Brings 20,000 People From 27 Countries to Setting City:
<https://www.animenewsnetwork.com/interest/2017-05-10/yuri-on-ice-campaign-brings-20000-people-from-27-countries-to-setting-city/.115875>



37. La Sagrada Familia en el *anime* (Fuente: *Anime de Yuri!!! on Ice*)



38. Los monumentos de Barcelona que aparecen en la serie de *anime Yuri!!! on Ice*

Hay un fan de la serie *Yuri!!! on Ice* que después de su viaje *Seichi Junrei* a Barcelona, describe la experiencia en el blog y sube fotos en los mismos lugares en que aparecen los personajes en la serie con las figuritas de ellos²⁶.

²⁶ バルセロナでユーリオンアイスの聖地巡礼してきました！：

<https://ol820.wordpress.com/2017/06/20/%E3%83%90%E3%83%AB%E3%82%BB%E3%83%AD%E3%83%8A%E3%81%A7%E3%83%A6%E3%83%BC%E3%83%AA%E3%82%AA%E3%83%B3%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%82%B9%E3%81%AE%E8%81%96%E5%9C%B0%E5%B7%A1%E7%A4%BC%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%8D/>



39. Las fotos de una turista a Baelcelona con las figuras de *Yuri!!! on Ice* (Fuente: バルセロナでユーリオンアイスの聖地巡礼してきました！)

Este fenómeno, también es ajustado a la teoría de Okamoto sobre las características de “los peregrinos” que visitan su “tierra sagrada”, la de su obra favorita.

“Los peregrinos”, según Takeshi Okamoto, se puede dividir en 3 tipos:

「1 つ目は、開拓的アニメ聖地巡礼者の場合である。開拓的アニメ聖地巡礼者は、アニメを視聴し、そこから様々な推論を働かせ、様々な方法でアニメの聖地を探し出す巡礼者である。2 つ目は追従型アニメ聖地巡礼者である。追従型アニメ聖地巡礼者は、上のような開拓的アニメ聖地巡礼者が探し出し、インターネット上で公開した情報を元に聖地巡礼を行う巡礼者である。3 つ目はまちおこしなどで話題になり、そのことで現地を知り、訪れるタイプのアニメ聖地巡礼者である。これを二次的アニメ聖地巡礼者と名付ける。」 (岡本 2009: 365-366)

“El primero es el tipo de ‘los peregrinos’ de explorador. Los peregrinos exploradores después de ver el *anime*, investigan todo lo que puedan y utilizan todas las maneras para encontrar los escenarios. El segundo es el tipo de ‘los peregrinos’ son los seguidores. Los peregrinos seguidores son visitantes que viajan a los escenarios según las informaciones en Internet que han subido los peregrinos exploradores. El tercer tipo son peregrinos que se enteran de los escenarios en los mismos lugares a través del tema del proyecto del renacimiento local de los pueblos, y los visitan. Este tipo lo llamamos ‘los peregrinos secundarios’ del *anime*”. (traducción propia)

El caso de *So · Ra · No · Wo · To*, en la obra no se ha mencionado que los escenarios son de Cuenca; es posible que fueran descubiertos por “los peregrinos” del primer tipo, los exploradores. Y luego “suben” las informaciones al Internet después de la visita. Así que “los peregrinos” seguidores encuentran las informaciones y visitan también Cuenca.

Para encontrar los escenarios presentes en una obra, hay que sacar las informaciones dentro de los fondos, por ejemplo, buscan las arquitecturas representativas. Como he mencionado antes, en la obra *So · Ra · No · Wo · To*, con las Casas Colgadas, el ayuntamiento y etc., ya se sabe que los escenarios están en Cuenca. Además, hay unos episodios en el *manga* y *anime* de *One Piece*, donde tampoco se ha mencionado dónde están los escenarios, pero por las arquitecturas del fondo, se sabe que el autor ha sido inspirado por el parque Güell de Barcelona.





40. El parque Güell en el *anime* (Fuente: *Anime* de One Piece)

“La Arquitectura es un lenguaje, un hecho de cultura y de toda práctica social. La Arquitectura no tiene sólo funciones prácticas, sino también simbólicas, donde se da como acción, cuando sucede el movimiento, la experiencia del usuario y lo que esto signifique para él” (Lara Escobedo, Rubio Toledo, Higuera Zimbrón 2011: 154). Las arquitecturas que aparecen en los *mangas* y *animes* también son símbolos de las culturas, la mayoría de los lugares de referencias son lugares en donde hay monumentos famosos. Las audiencias reconocen los escenarios de las obras por estas arquitecturas famosas que aparecen en los *animes*, y a través de ellas, las culturas europeas se vinculan con las obras. Un paso más hacia delante, hay fans de las obras de *mangas* y *animes*, que por su afición a las obras, se van a visitar los escenarios. Las obras a veces también pueden ser una propaganda para el turismo.

Además del caso que no menciona dónde están los escenarios, hay obras que al principio ya proporcionan informaciones a las audiencias sobre los escenarios. Por ejemplo, en la serie de *Yuri!!! on Ice*, dentro de la obra ya se menciona que uno de los escenarios está en Barcelona, y luego los fans de la

obra se van a visitar a Barcelona. Otra obra muy representativa de este tipo en donde queda claro al principio dónde están los escenarios, se llama *ARIA*, que utiliza Venecia como su escenario de su acción.

3.2.2 El caso de *Seichi Junrei* de la obra *ARIA*

ARIA es una obra de *manga* ilustrado por Kozue Amano. Al principio, empezó su publicación en la revista *Monthly Stencil* con el título *AQUA*. En el año 2002, se trasladó a la revista *Comic Blade* y se le cambió el título original por *ARIA*. En el año 2005, empezó la emisión de su versión *anime* de la primera temporada: *ARIA The ANIMATION*. El año siguiente, la segunda temporada: *ARIA The NATURAL* y en el año 2008, la tercera temporada: *ARIA The ORIGINATION*, son 52 capítulos en total. Diez años después del comienzo de la emisión, en el año 2015 se publicaron 3 capítulos nuevos del *anime*, titulado como *ARIA The AVVENIRE*.

La obra es un drama de ciencia ficción. En el siglo XXIV, los seres humanos viven en un planeta en el que el 90% del superficie está cubierto de agua, el planeta se llama Aqua. En ese planeta hay una ciudad construida basada en la Venecia de la Tierra, se llama Neo-Venecia, su arquitectura y ambiente son iguales que Venecia, así que tiene canales en la ciudad y hay que utilizar góndolas como medio de transporte. Hay unas compañías de góndolas que ofrecen guías para los turistas, las guías que manejan la góndolas son chicas, conocidas como *Undine*. La historia es de una chica llamada Akari, que llega a Neo-Venecia para ser una gondolera de la compañía Aria, una de las compañías turísticas más famosas de Neo-Venecia, que ofrece recorridos acuáticos con góndolas. La obra *ARIA* trata la historia desde que Akari llega a Neo-Venecia hasta que consigue graduarse como *Undine* profesional.

La obra ha tomado Venecia como la referencia de escenario, así que la mayoría de los fondos son de la ciudad de Venecia. Por ejemplo, el monumento que aparece más veces en la serie, es el puente de Rialto, tanto en su *manga* y en *anime*.



41. El puente de Rialto en el *anime* (Fuente: *Anime* de *ARIA*)



42. El puente de Rialto en el *manga* (Fuente: *Manga de ARIA vol.5*)

En la serie *ARIA* también existen algunas modificaciones de la arquitectura por la necesidad de la obra. Se ha utilizado el Hotel Danieli como el edificio de una compañía de góndolas, y se ha modificado un poco la pared para corresponder al nombre de la empresa.



43. La compañía Himeya en *anime* de *ARIA*



44. El edificio original: Hotel Danieli (Fuente: Tripadvisor)

En el capítulo 5 de la segunda temporada del *anime* de la serie, se ha mezclado la cultura japonesa en la historia. Según el diseño de la historia, Neo-Venecia es un planeta de inmigración, tiene varias islas para diferentes culturas. En el capítulo 5, las dos protagonistas se van a una isla de cultura japonesa para una excursión; en la isla, se ve una *Jinja* japonesa. La imagen original del *Jinja* es el principal santuario sintoísta: el Fushimi Inari-Taisha (伏見稲荷大社), está ubicado en Fushimi-ku, uno de los distritos de Kioto. El santuario es famoso por sus miles de *torii* (鳥居), los arcos rojos que sitúan en las entradas de *Jinja* para separar el espacio profano y el sagrado. Por eso, la serie *ARIA* se puede ver como una obra representativa de mezcla de la cultura japonesa con la cultura europea.



45. El Fushimi Inari-Taisha en el *anime* (Fuente: *Anime* de *ARIA*)



46. El Fushimi *Inari-Taisha* en realidad (Fuente: Aria the Navigation)

La historia se concentra en Venecia, la *Seichi Junrei* también es por Venecia, pero como se mezcla un poco la cultura japonesa en la serie, hay escenarios que se ubican en Japón. Además, la serie tiene una página web que se llama *Aria the Navigation*, es una página especialmente para guiar a los fans para encontrar los escenarios reales que aparecen en la serie *ARIA*²⁷.

²⁷ Aria the Navigation: <http://aria-navigation.world.coocan.jp/>



47. La página web de *Seichi Junrei* de *ARIA* (Fuente: Aria the Navigation)

La página web tiene varias partes: guías para ‘los peregrinos’ quienes van a Venecia, guías de los escenarios dentro de Japón, los escenarios que no se concreta dónde están, etc. Según la teoría de Takeshi Okamoto, esta página web de *Seichi Junrei* de la obra *ARIA* está posiblemente construida por unos ‘peregrinos’ exploradores, y ‘los peregrinos’ seguidores pueden aprovechar las informaciones de esta página web para cumplir su *Seichi Junrei*.

「アニメ聖地巡礼後の巡礼者の行動は大きく分けて以下の2点にまとめることができる。1点目は、インターネット上での発信である。具体的には、ホームページ、ブログ、SNS内のコミュニティ、電子掲示板の書き込みなどである。2点目は、同人誌での発信である。」(岡本 2009: 366)

“Se puede concluir las acciones de ‘los peregrinos’ después del *Seichi Junrei* en dos tipos: el primero es subir algo en Internet, en concreto, subir algo sobre el *Seichi Junrei* a una página web, blog,

redes sociales o foros. El segundo es publicar *dōjinshi*". (traducción propia)

Según la conclusión de Takeshi Okamoto, las acciones de “los peregrinos” de las series que he mencionado antes, *So •Ra •No •Wo •To, Yuri!!! on Ice* y *ARIA* corresponden a las dos características. Para los fans de una obra de *manga* o *anime*, por su afición a la obra, a veces no sólo les interesa la historia de la obra, sino también los detalles que ha aparecido en ella. Por ejemplo, un fan de una obra que trata del tema de la música, por su gran afición a la obra, empieza a aprender a tocar instrumentos, o por una obra que cuenta la historia sobre un autor literario, se empieza a leer su obra. Por lo tanto, la influencia de tomar un lugar real como referencia de una obra también es grande. A través de ver este tipo de obras, las audiencias no sólo pueden disfrutar las historias que están narrando, sino también conocer los paisajes y la cultura de los escenarios evocados. Así que por esta afición a las obras que tienen lugar en otros países, es natural que los fans se vayan a los escenarios para visitar la ruta y escenarios de la historia y conocer más estos países.

Como he mencionado antes, en Japón, ya es una estrategia utilizar una localidad como escenario de una obra de *manga* o *anime* para estimular su turismo, por ejemplo es el caso de *Yuri!!! on Ice*. Según *La Investigación sobre la Promoción de las Regiones a través de los Contenidos de las Producciones Visuales* de Ministerio de Tierra, Infraestructura, Transporte y Turismo, el Ministerio de Economía, Comercio e Industria y Agencia de Asuntos culturales de Japón, enseña:

「ロケ支援による効果：地域を素材とした作品を通じた地域
プロモーション・観光振興、地域資源や街の魅力の再発見、地域
の文化振興への貢献、日本の文化・イメージの海外への発信への

貢献。映像等コンテンツを活用した観光振興による効果：地域の知名度の向上、既存の観光資源の魅力向上、新たな観光資源の創出を通じた集客力の向上、住民の誇りの醸成。」(国土交通省・経済産業省・文化庁 2005: 16-17).

“Los efectos por apoyar al rodaje: se promueve el turismo y la visita al lugar a través de las obras que utilizan la localidad como escenario. Descubre de nuevo los recursos y el encanto de los lugares. Contribuye al renacimiento de los lugares. Contribuye a la emisión hacia los países extranjeros de la cultura japonesa y la impresión de Japón. Los efectos por utilizar los contenidos en vídeos para renacer el turismo son: aumenta la fama de los lugares, aumenta el encanto de los recursos turísticos actuales, aumenta la potencia de atraer a los turistas a través de producir nuevos recursos de visita, contribuye al orgullo de los nativos locales”. (traducción propia).

A lo mejor, en otros países todavía no hay una manera así para mejorar la situación del turismo, pero los escenarios de las obras de *manga* y *anime* reciben cada día más turistas que vienen para buscar su “tierra santa”. Hay lugares de los escenarios de Japón que ponen cartel o publicidad con los dibujos de las obras en el mismo local para enseñar los lugares de interés y dar bienvenido a los “peregrinos”. Además, hay locales de los escenarios que venden productos de Merchadsing de las obras que sólo se pueden comprar allí para atraer más fans.



48. Una estación de tren en Japón como un punto de *Seichi Junrei* (Fuente: Kitakan Snap)

En Japón, incluso hay páginas web que se dedica especialmente a *Seichi Junrei* de *anime*²⁸. La página se llama “*anime Tourism 88*”, fue fundada por la Asociación de *anime Tourism*. El propósito de la página es elegir 88 lugares oficiales de *Seichi* que aparecen en los *animes* y promover el turismo hacia ellos y las localidades de los alrededores. Además, difunde las informaciones dentro y fuera de Japón. Cada año, la asociación publica una guía completa de estos 88 lugares santos de *anime* con los que han sido elegidos para este año.

²⁸ Anime Tourism 88: <https://animetourism88.com/ja>



49. La guía del año 2018 de *anime Tourism* 88

Otro tipo de revista sobre este movimiento *Seichi Junrei*, como *Seichi Kaigi*, se dedica a las personas que están trabajando sobre el turismo de los contenidos, por ejemplo, los productores de *anime*, los creadores de videojuegos, los periodistas, etc. , son los trabajadores que contribuyen en la industria del turismo de contenidos en Japón. Además, en la tienda online de

Seichi Kaigi ²⁹ se venden también los vídeos de cursos de los profesores que investigan el tema *Seichi Junrei*, tales como el profesor Yamanura, como lo he mencionado antes.



50. La portada del volumen 19 de la revista *Seichi Kaigi*, con el director de anime Yutaka Yamamoto

Además, en Japón hay agencias de viaje que organiza la ruta de *Seichi Junrei*. Por ejemplo, una agencia está organizando un viaje a Venecia con el tema del *Seichi Junrei* de la obra *ARIA*. En la página web de la agencia³⁰, en el

²⁹ *Seichi Kaigi*: <https://seichi.thebase.in/>

³⁰ *ARIA* 聖地巡礼ベネチアツアー: <https://www.knt-metro.co.jp/ec/2019/aria/>

plan de viaje, además de los programas normales, hay los especiales sobre la obra *ARIA*, tales como un *talk show* y una fiesta con los productores de la serie, otras visitas también se están concentrando con la obra, van a visitar los lugares de interés que salen en la serie y experimentarán las góndolas.

La mayoría de las informaciones de un viaje *Seichi Junrei* se pueden encontrar en Internet, sobre todo en las páginas de Japón, dónde nació la cultura del *Seichi Junrei*. Además de las informaciones de los lugares de interés, también se puede conseguir las recomendaciones sobre qué hay que llevar para visitar un lugar de rodaje de las obras de *mangas* y *animés*. Sin embargo, la mayoría de las informaciones todavía está en japonés y los escenarios, también se concentran dentro de Japón.

Como conclusión de esta parte, sobre las obras de *manga* y *anime* que utilizan países occidentales como los escenarios, generalmente, hay 4 características:

1. Siempre aparecen las arquitecturas representativas en los escenarios según el lugar que utilizan.
2. Modifican las ubicaciones o las apariencias de las arquitecturas de los escenarios según lo necesario en las obras.
3. Se mezcla la cultura japonesa con los escenarios occidentales.
4. Es posible que se mezclen varios lugares como escenarios para una obra.

Se puede decir, hoy día, que los *mangas* y *animés* se han convertido en un tipo de vínculo para la comunicación cultural entre Japón y el mundo occidental. A través de utilizar los países europeos como escenarios de las

obras de *manga* y *anime*, las audiencias y los fans de las obras ya tienen ganas de conocer más sobre los países que aparecen en su obra favorita, así que viajan o buscan informaciones de los escenarios. Los autores de estas obras, sin duda han hecho mucho trabajo de investigación antes de empezar su creación, hay que ver las fotos de los escenarios, hay que conocer la cultura del país de referencia, incluso hay que leer libros de Historia sobre los países occidentales. Además de los países europeos, también hay obras de *manga* y *anime* que toman los lugares en los Estados Unidos como escenarios, sin embargo, hay poca información de *Seichi Junrei* hacia EE. UU. A lo mejor, es porque este país es más conocido por sus propias películas que por los *mangas* y *animés* de Japón. Los escenarios europeos les resultan más novedosos por la menor expansión de su cine y más atractivos como destino turístico. Los Estados Unidos, en cambio, mantienen lazos más frecuentes (empresas, industria, lengua, etc.), sin olvidar que tras la guerra mundial fue Estados Unidos el país que "occidentalizó" o "americanizó" Japón y existen un mayor conocimiento.

Mientras que los fans japoneses van a visitar los escenarios que están en los países occidentales, por otro lado, muchas audiencias occidentales, por su gran afición a los *mangas* y *animés*, también visitan, incluso viven en Japón para conocer más su cultura e industria de *manga* y *anime*.

Parte IV. Los estereotipos culturales en el *manga* y el *anime*

4.1. El análisis de los estereotipos y los símbolos de los países occidentales en la serie de anime *Hetalia* y su influencia a la sociedad japonesa

Otra manera importante del uso de reflejar la cultura occidental en *animés* y *mangas* se basa en los estereotipos. Para el concepto de “estereotipo” recogemos que “el primero en introducir el término en las ciencias sociales fue Lippmann (1922), quien lo utiliza para referirse a un conjunto de ideas que forman una imagen mental sobre algo o alguien” (Durán y Cabecinhas 2014: 47). En los *animés* y *mangas* que cuentan la historia de los países extranjeros o tienen personajes extranjeros, también se usan los estereotipos en el sentido indicado. Y una obra muy representativa del funcionamiento cultural de los estereotipos entre los diferentes países es el *anime Hetalia*.

Hetalia es una serie de *manga* que está publicada a través de Internet por su autor, Hidekazu Himaruya, desde el año 2003. En el año 2008 comenzó a publicarse como volumen por la editorial Gentosha Comics en Japón. Los personajes de la serie son personificaciones de los países y regiones. Cada personaje posee un nombre humano con el estilo del país, tales como Feliciano para Italia del Norte y Antonio para España.

En la serie, los personajes principales son masculinos. El contenido de la serie está basado en la historia, política y cultura real de los países, y la principal parte de la historia son los acontecimientos históricos que ocurrieron entre la Primera Guerra Mundial y la Segunda Guerra Mundial. En el año 2009, la serie fue adaptada al *anime*. En noviembre del año 2014, se publicó que se iba a empezar a producir la sexta temporada del *anime* de la serie.

Como he mencionado antes, la historia de la serie de *Hetalia* es según los acontecimientos reales, por eso en la historia se refiere a muchas cosas que pasaron en la realidad, tales como el capítulo 48 de su cuarta temporada

Hetalia: World Series, que trata sobre cómo Inglaterra y Alemania se dejaron de atacar mutuamente durante la Primera Guerra Mundial en la Nochebuena y jugaron juntos al fútbol. Esta historia tiene relación con la Tregua de Navidad en el año 1914, durante la Primera Guerra Mundial. Así, la mayor parte del contenido de la serie se puede remitir a la realidad.

Sin embargo, una historia que trata de los países, además de contar su acontecimiento histórico, las diferentes culturas o la relación entre ellos, inevitablemente, va a referirse a los estereotipos sobre un país. “Es una imagen convencional, acuñada, un prejuicio popular sobre grupos de gente. Crear estereotipos es una forma de categorizar grupos según su aspecto, conducta o costumbres” (Quin y McMahon 1997:139-141). En la obra *Hetalia*, los personajes también se construyeron según la imagen convencional de la mirada de los japoneses sobre casi todos los países. Cada personaje en la serie es la suma o acumulación de los estereotipos preexistentes vigentes en la cultura japonesa.

4.1.1 La imagen de Italia y los estereotipos en la serie *Hetalia*

La relación diplomática entre Japón e Italia comenzó el año 1866. En el año 1937, Italia firmó el Tratado Antikomintern y se convirtió en el miembro de las Potencias del Eje con Japón y Alemania. El año 1943, Italia rompió la relación con Japón y en el año 1945, declaró la guerra contra Japón. Después de la Segunda Guerra Mundial, en el año 1951, se restableció la relación diplomática entre Japón e Italia. A partir de entonces, la comunicación entre Japón e Italia se desarrollaba con más intensidad³¹.

³¹ 日本とイタリア 150 年の揺るぎない友情: <https://www.it.emb-japan.go.jp/150/jp/yyuujou.html>

4.1.1.1 Estereotipo “inútil” sobre Italia

A continuación, voy a hacer un breve análisis de los estereotipos sobre los principales personajes (países) que aparecen en la serie de *Hetalia*. Voy a empezar por el título de la serie. El título principal de la serie, *Hetalia*, es una palabra combinada por "heta" e "Italia". La palabra japonesa “heta (下手)”, significa “inútil” o “inexperto”. Los personajes principales de la serie son las Potencias del Eje y las Fuerzas Aliadas. Así que Italia es el protagonista de la serie. Y el título se refiere a que Italia no puede hacer bien nada. Ese es el primer estereotipo que quiero analizar de esta serie.

Según un foro japonés de Internet que se llama 2channel, en su zona temática "militar", se dice que durante la Segunda Guerra Mundial, el ejército italiano era muy débil y no funcionaba bien para hacer avanzar la situación bélica. Por eso, el foro evalúa al ejército italiano como hetare na Italia (へたれなイタリア), que significa que “Italia es una inutilidad”. Así es el nacimiento del título *Hetalia* de la serie. El estereotipo, pues, viene de su comportamiento en la Segunda Guerra Mundial.



51. La imagen de Italia en la serie *Hetalia* (Fuente: Página oficial de *Hetalia*)

En la serie han aparecido también muchos contenidos que muestran la inutilidad del ejército italiano. Por ejemplo, en el capítulo 14 de la primera temporada *Hetalia: Axis Power*, Italia y Alemania estaban de guardia alternativamente. Después de dormir Alemania, Italia huyó con todo su ejército en tan poco tiempo que se les comentaba por parte de Alemania y su ejército como profesionales de la huida. En el capítulo 19 de la misma temporada, los tanques italianos avanzaban 60 kilómetros en una semana para llegar al campo de batalla y, al encontrarse con el ejército inglés, se dice que se podían replegar esos mismos 60 kilómetros en un sólo día. Además, en el siguiente capítulo, el 20, Alemania estaba enseñando a Italia el uso de la granada e Italia había confundido el seguro y la granada, lanzó el seguro y chupó la granada. Por lo demás, en la serie ha salido muchas veces que Italia ondeaba la bandera blanca para rendirse al encontrarse con los ejércitos de la Fuerza Aliada y cada día estaba produciendo una gran cantidad de banderas blancas.



52. Italia con la bandera blanca (Fuente: *Anime de Hetalia*)

En su *Breve Historia de la Segunda Guerra Mundial*, de Jesús Hernández, se dice que “La Italia de Benito Mussolini no fue un aliado demasiado útil para Alemania. Como de los italianos en general, por lo que solía mantener sus planes secretos lejos del conocimiento de su aliado, que en ocasiones se enteraba de las acciones de Hitler después de que lo hiciera el bando enemigo” (Hernández 2014: 206). En otro libro del mismo autor, *Las Cien Mejores Anécdotas de la Segunda Guerra Mundial*, escribió que “Dos ráfagas de ametralladora de las fuerzas británicas bastaron para que los italianos sacasen una bandera blanca. Los ingleses creyeron que era una trampa, hasta que salió un general pidiendo la rendición, asegurando que ya ‘habían disparado el último cartucho’, pronunciando esa frase en francés diplomático. Al entrar los ingleses en el fuerte observaron incrédulos cómo había montañas de munición sin disparar” (Hernández 2004: 189).

Además de los libros históricos, en Internet es muy fácil encontrar los comentarios de los internautas sobre los comportamientos de Italia durante la

Segunda Guerra Mundial. Por ejemplo, en el Internet de China se divulga ampliamente una colección de anécdotas de Italia en las guerras. Como el comienzo de las anécdotas, se escribía que “Gracias a Dios, que Italia se unió a las Potencias del Eje en la Segunda Guerra Mundial, si no, a lo mejor, la Cruz gamada de los nazis podría reinar realmente en todo el mundo”. La colección se divide según varios aspectos para enumerar las anécdotas de Italia. Por ejemplo, en el aspecto de la comida, se escribió que una tropa italiana fue capturada porque estaba cocinando pasta en el campo de batalla. Por otro lado, en el aspecto de armamento, se dijo que las armas de Italia eran de muy baja calidad, tales como las granadas, que nadie sabía cuándo iban a estallar. Además, se indica en la colección que en aquel entonces, Italia había tenido como argumento “Por la noche nos quedamos dormidos, entonces los enemigos también deben dormir, no seremos atacados” y por último, fueron atacados por sorpresa por las tropas británicas³². Así que para la mayoría de los aficionados militares en Internet, los ejércitos italianos eran inútiles durante la Segunda Guerra Mundial, igual que lo que se ha mostrado en la serie de *Hetalia*.

Y no sólo en el campo de batalla, la serie también nos muestra la inutilidad de la imagen Italia en su vida diaria. En la segunda temporada de la serie *Hetalia: World Series*, en el capítulo 8, Alemania escribió un diario de la observación de Italia. A pesar de que son aliados, Alemania todavía no conocía muy bien a Italia. Escribió así: “Me levanto a las 6 de la mañana y no sé por qué él está a mi lado. A las 9 horas, por alguna razón, un balde cayó del cielo, sobrepasando todas las probabilidades astronómicas, le cayó encima. A las 10, al parecer, él perseguía a un gato. Así que tuve que ir a disculparme a Grecia (el gato es de Grecia). A las 1 de la tarde, como se puso a fabricar un montón de banderas blancas, le di un sermón acerca de lo que es ser soldado. Las dos y media, se cayó en un agujero que cavó Inglaterra. ¿Acaso es un soldado de

³² 二战意大利爆笑史! : https://bbs.tiexue.net/post2_11415453_1.html

Napoleón? A las 3 en punto, siesta. Él nunca dobla su ropa. Se despierta a las 4, comenzó a pelear con un gato por la comida. A las 5, empezó a hacer *onigiri* (bola de arroz de Japón) con Japón, era muy delicioso. Así termina un día, tampoco pude comprenderlo hoy. Dicho sea de paso...que ya son 28 días”.

En cuanto a los comentarios sobre este estereotipo de Italia, en un foro³³, hay una parte de la audiencia que está preocupada por la reacción de los italianos después de ver la obra y la mayoría de las críticas es negativa, tales como “No quiero que los italianos lo sepan, es una vergüenza de Japón”. Sin embargo, también hay un comentario que indica que la exageración de Italia es por la necesidad de una obra cómica como *Hetalia*. A pesar de todo, según los libros históricos que he mencionado antes, la inutilidad del ejército italiano durante la Segunda Guerra Mundial sí da como un hecho. Para el estereotipo, en cualquier caso, es más importante lo que se cree que lo que ha ocurrido realmente.

4.1.1.2 Estereotipo del galanteo sobre Italia

Otro estereotipo sobre Italia en la serie es: los italianos son muy galantes. En el capítulo 33 de la cuarta temporada de la serie, Inglaterra estaba espiando en la casa (territorio) de Italia y fue atrapado por Alemania, quien también estuvo en Italia porque Inglaterra no galanteaba a las bellas que pasaban delante de él, aunque se vestía de gala igual que los italianos. En el capítulo 36 de la misma temporada, Italia estaba enseñando a Japón cómo se habla con las chicas. Dijo que: “Cuando vas a hablarle a una chica, le dices ‘¡Ciao!’ mientras sonríes. Entonces van juntos a un buen restaurante de dulce ambiente. Mantienes la conversación usando el lenguaje corporal y, cuando los dos se encuentren muy cómodos, le tomas las manos y la miras a los ojos”.

³³漫画・ヘタリアは誤解を生みませんか? : <https://okwave.jp/qa/q6031214.html>



53. Italia con las chicas (Fuente: *Anime de Hetalia*)

Además de los argumentos que he mencionado, en la serie aparecen muchas veces las imágenes de Italia junto a muchas chicas haciendo sus cortejos. Por eso, a través de esos detalles, la serie nos muestra el estereotipo de que los italianos son muy galantes. “Se dice que los hombres que mejor conquistan son los italianos, —aunque estén casados— y no solo por su físico, sino porque tienen una labia estupenda, la cual convencería a la mismísima Medusa; además de ser muy galantes y agasajar a sus conquistas con regalos, detalles y cenas exquisitas.” Así se comentó en un artículo en Internet sobre los italianos³⁴. Si se busca en las páginas web de China, se puede ver muchas experiencias de las chicas que fueron galanteadas por los italianos durante sus viajes o estancias en Italia. En un libro de una chica china que estudió un año en Florencia, escribió que casi cada día le iba abordado con “¡Ciao, bella!”.

³⁴ En “peligro de extinción” los donjuanes italianos por crisis económica:

<http://eldiariodelanena.com/en-peligro-de-extincion-los-donjuanes-italianos-por-crisis-economica/>

A través del personaje de Italia en la serie *Hetalia*, podemos ver que para esta obra, los estereotipos sobre Italia es inútil en la guerra y en la vida cotidiana, añadiendo a esto el galanteo constante. Y esto no es solo cuestión de la obra *Hetalia*, sino que también en los foros de Internet, en los libros de anécdotas históricas o los artículos y reseñas también se mencionan estos dos estereotipos de Italia. Es posible que la producción y diseño de personaje de *Hetalia* hayan tomado como referencias estos estereotipos sobre Italia en los libros e Internet.

4.1.2 La imagen de Alemania y los estereotipos en la serie *Hetalia*



54. La imagen de Alemania en la serie *Hetalia* (Fuente: Página oficial de *Hetalia*)

Otro personaje importante de las Potencias del Eje en la serie *Hetalia* es Alemania. La relación entre Japón y Alemania influyó mucho en el progreso histórico del siglo XX, sobre todo, durante la Primera y la Segunda Guerra Mundial. La relación diplomática entre los dos países, comenzó el año 1860,

con la llegada del primer embajador prusiano a Japón. Antes de la Primera Guerra Mundial, Alemania ha logrado influir sobre Japón en política, economía y cultura. En los años de posguerra, después de la reunificación alemana, la relación entre Japón y Alemania ha sido más estable y la comunicación se concentra más en la técnica, medicina y economía. Para Japón, Alemania es uno de los países más importantes de Europa³⁵.

4.1.2.1 Estereotipo del físico sobre Alemania

En la serie, los estereotipos sobre Alemania se pueden ver primero a través del diseño del personaje. Por ejemplo, Alemania es un rubio, tiene ojos azules. Viste un uniforme militar, lleva botas, guantes y una Cruz de Hierro en el cuello. Además, él siempre se peina muy ordenadamente. Según la introducción de los papeles de la página web oficial del *anime Hetalia*, Alemania es un joven muy serio, aunque es muy fuerte físicamente, por otro lado está obsesionado las reglas. Además, cuidar a Italia es uno de sus trabajos diarios. En la serie Hetalia, Alemania también muestra una imagen demasiado seria.

4.1.2.2 Estereotipo de la seriedad sobre Alemania

En el capítulo 1 de la primera temporada de la serie, se celebró una conferencia mundial con el tema de la solución del problema sobre el calentamiento global. En la conferencia la mayoría de los países mantuvo su propia opinión así que empezaron a pelearse. Alemania era quien lo paró y luego presidió la reunión. Dijo que “¡Los que quieran opinar, presenten primero información precisa! ¡Comiencen en ese orden! ¡Cada uno tendrá como máximo 8 minutos! ¡No permitiré cuchicheos ni que se pasen del tiempo! ¡El que quiera hablar primero que esté muy seguro antes de levantar la mano!”.

³⁵ 日本とドイツ 交流史: https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/pub/pamph/pdfs/j_germany03.pdf

En el último capítulo, el 20 de la quinta temporada de la serie *Hetalia The Beautiful World*, Alemania e Italia fueron a la casa de Japón para asistir a una reunión. Durante la primera junta, Alemania y Japón estaban discutiendo seriamente el tema de las máquinas, pero Italia no entendía nada y comenzó a cantar, luego fue reprochado por Alemania. Así empezó la segunda reunión con tema “Junta para hacer que Italia entienda fácilmente”. Sin embargo, al llegar a la conclusión Alemania y Japón, Italia había caído en un sueño profundo.

La seriedad de Alemania, según un internauta alemán de los foros, a lo mejor es por la educación que recibieron ellos, sumidos en una cultura prusiana-calvinista. “Pero eso no significa que seamos malhumorados o incluso que seamos fríos. Lo que pasa es que nos han educado con algo más de disciplina y tal vez con menos mimo de lo que suele ser usual en el mundo latino. Yo nos tildaría de ‘poco espontáneos’ o por decirlo de otra manera, no solemos por lo general disponer de la inteligencia emocional de un latino. Somos muy nuestros, pero lo que pueda parecer soberbia, es en realidad un mecanismo de protección”. Escribió así el internauta alemán en el foro.³⁶

Si se busca en Internet sobre los comentarios de los alemanes, la mayoría pueden ser serios o fríos. Por ejemplo, en otro artículo sobre los alemanes, se escribió que los germanos son “Cabezas cuadradas”. “Lo que piensan lo hacen. Si dicen a las 8:30, es a las 8:30. Son muy puntuales. Si estás conversando tranquilamente con un amigo y de repente él tiene otra cita, te deja solo para poder ir a la otra cita. No se relajan ni un par de minutos, sino que se despide rápidamente. La flexibilidad es una palabra que no existe”. Además, ellos son “Disciplinados y cumplidores”. “La gente respeta mucho las normas, y les encanta poner carteles por todos los sitios : prohibido pisar, prohibido pasar, prohibido aparcar, prohibido comer, prohibido respirar!!!, todo está prohibido!.

³⁶ ¿Cómo son los Alemanes en general? :

<http://foro.guiadealemania.com/como-son-los-alemanes-en-general-t325>

¡Cuidado con el carril bici!, el camino anaranjado no se puede pisar, oyes ring-ring y unas palabras malhumoradas. El carril bici es para las bicis y punto”.³⁷ Estos dos caracteres de los alemanes también se muestran en la cultura popular como estereotipos, como en la película española *Perdiendo el Norte*. El protagonista, Hugo, fue pillado por la bicicleta de la heroína porque estaba andando en el carril bici en Berlín. Además, Hugo fue rechazado en una de las entrevistas de trabajo por llegar tarde a la oficina. Los estereotipos, como vemos, se reproducen de forma generalizada dentro de la cultura popular. Es una creencia que se basa en la aceptación general, más que en su verdad.

Por otro lado, en el mismo artículo se menciona otra característica de los germanos: la seguridad. “A los alemanes les gusta asegurarlo todo : el coche, el perro, la casa, la bicicleta, el tejado, seguro personal privado, de viajes, médico, contra robo, seguro contra inundaciones, incendios, aseguran hasta el seguro”.³⁸ Esta característica de los alemanes, también es por su seriedad y tiento, hay que mantener que todo funcione bien. A lo mejor, por esta causa, hoy en día, los “Made in Germany”, tales como los coches, las maletas o los auriculares, son muy populares y han tenido mucha confianza por todo el mundo por la seriedad de los germanos, la calidad de los productos de Alemania seguramente es muy buena.

En cuanto a los estereotipos sobre los alemanes, hay un documental que se llama *Wer ist Thomas Müller?* (*¿Quién es Thomas Müller?*), dirigido por su director Christian Heynen en el año 2013. Thomas Müller es el nombre más común en Alemania. En el documental, el director eligió unas personas que se llaman Thomas Müller y de profesiones diferentes para hacer entrevistas, incluso a aquel famoso futbolista. “Thomas Müller” trabaja 41,9 horas por

³⁷ ¿Cómo son los alemanes?: <http://gonzalitovelez.blogspot.com.es/2009/03/como-son-los-alemanes.html>

³⁸ Ver nota 19.

semana, bebe dos vasos de cerveza al día, mide 1,78 metros, es rubio y alquila una vivienda de 87 metros cuadrados. Así concluye en la película. Además, ha coleccionado vídeos en Internet, de las personas de diferentes países para expresar su opinión de cómo son los alemanes. Dentro de ellos, hay personas que comentaban que los alemanes son muy serios y aburridos. Mientras suspiraba señalaba que otra vez aparecían las frases gastadas sobre alemanes, Christian Heynen visitó a un Thomas Müller, es un comediante. Dice que según una investigación, para los alemanes, es bastante difícil divertir a otras personas. Preguntó al comediante: “¿Es muy difícil hacer reír a los alemanes?” Respondió: “Depende de la zona. Los berlineses son muy activos, nunca mentirán. Pero las personas de Colonia son contrarias a las de Berlín”. Además, el comediante Thomas Müller tomó la inauguración de los Juegos Olímpicos de Londres como ejemplo. En la inauguración, los ingleses hicieron muchas risas, y los alemanes también podían hacerlas. Según la conclusión de la película, “Thomas Müller” ríe 15 veces al día, al contrario, los niños ríen 400 veces al día. Los alemanes también creen que las personas que ríen más pueden lograr más triunfo.

Como puede verse, los alemanes son conscientes de sus propios estereotipos, que ellos también utilizan, de igual forma que son utilizados en el exterior, como ocurre en la serie de *anime*. Los estereotipos exteriores e interiores se corresponden en lo general.

4.1.2.3 Estereotipo del militarismo en Alemania

Por otro lado, en cuanto a la imagen militar de Alemania, el origen del estereotipo posiblemente viene de que Alemania era el iniciador de las dos Guerras Mundiales y jugaba un papel muy importante en todo el mundo durante aquella época. En las películas bélicas sobre las Guerras Mundiales también se ve mucho a los soldados alemanes, cómo vestían el uniforme militar

al igual que el personaje Alemania dentro de la serie *Hetalia*. Como la historia de la serie *Hetalia* se concentra en la época de las dos Guerra Mundiales, es normal que el personaje Alemania en la mayoría de los capítulos, se vista con uniforme militar similar al de aquella época.

El documental *Wer ist Thomas Müller?* también nos muestra la verdadera situación de los soldados alemanes. El director fue a Afganistán para hacer la entrevista al “Thomas Müller”, un soldado alemán. Dijo este “Thomas Müller” que para su familia, sobre todo para sus abuelos, la guerra es lo más doloroso en sus corazones. -¿Crees que los residentes de Alemania tienen suficiente respeto a vuestro trabajo?-preguntó el director-.No. Mi opinión es muy insuficiente. Los soldados aquí, arriesgamos nuestra vida para cumplir nuestra misión. Obedecemos la orden de Alemania y servimos a la patria. Tomo al soldado como mi identidad y tengo el honor estatal. Pero había un período que no se permitía decir así en la sociedad.

A través de estos fenómenos, ya podemos sacar una conclusión. Hoy en día, los dos estereotipos más destacados sobre Alemania, a lo mejor ya no sirven mucho. Los alemanes también tienen el sentido de humor, aunque quizás no todos lo tienen como todo el mundo. Y el soldado ya no es una profesión tan respetuosa en Alemania. El militarismo en el *anime*, probablemente, es por su resonancia de las guerras mundiales.

Al final del documental *Wer ist Thomas Müller?*, hay un vídeo corto de un hombre alemán, dice que si no recoge las cosas rápidamente en la caja del supermercado, quizás va a recibir miradas disgustadas. Ese lado creo que tiene algo que ver con la seriedad de los alemanes. Y el *anime* nos lo ha mostrado en el capítulo 14 de *Hetalia Axis Power*. Esto vamos a verlo también en el caso del personaje España.

4.1.3 La imagen de Francia y los estereotipos en la serie *Hetalia*

La relación entre Japón y Francia empezó el año 1615, con la llegada de embajador japonés Keichō al sur de Francia. En el año 1858, los dos países firmaron un primer tratado en Edo, fue así como se establecieron las relaciones diplomáticas entre los dos países. En la segunda mitad del siglo XIX, los dos países establecieron la relación en lo militar, la economía, la ley y arte³⁹. Después de la Segunda Guerra Mundial, con la firma del Tratado de San Francisco en el año 1951, Japón y Francia terminaron la situación de guerra y al año siguiente, se recuperó la relación. Desde entonces, Japón y Francia mantienen la comunicación en todos los ámbitos, sobre todo en cultura y arte.



55. La imagen de Francia en la serie *Hetalia* (Fuente: Página oficial de *Hetalia*)

³⁹日仏国交: <http://expositions.bnf.fr/france-japon/gallica/relations.htm>

4.1.3.1 Estereotipo de la "huelga" sobre Francia

A continuación, la imagen de Francia. El personaje Francia es un rubio de pelo largo y tiene un poco de perilla, siempre hace algo con un aparato y le gustan todas las cosas hermosas. Sus intereses son el vino, el arte y la huelga. Y él no tiene muy buena relación con Inglaterra, los dos siempre están peleando. Así que el primer estereotipo en aparecer de Francia es que a los franceses les gustan las huelgas.

En el capítulo 10 de la segunda temporada de *Hetalia: World Series*, se nos dice que en Francia, como si fuera un evento de todos los días, se llevan a cabo huelgas en varios lugares. “Fui al museo, pero no pude entrar porque los encargados están en huelga. Entonces mejor voy a otro lugar. Eso pensaste, pero los empleados de buses y trenes también están en huelga. Regresaste todo cansando...y en el hotel también están en huelga. Al fin encontraste un lugar para descansar, pero los de la electricidad se pusieron en huelga. Si los empleados de gobierno se enojan, entran en huelga. También los encargados del agua y el gas, entran en huelga sin pensar en los demás”. Debido a esto, en el reino de las huelgas Francia, existe el llamado “Calendario de huelgas”. Si vas a ir de viaje, es mejor que le eches un vistazo. Pero... a veces comienza de repente y uno nunca puede estar seguro.

En el capítulo 12 de la sexta temporada, *Hetalia: The World Twinkle*, Francia, Inglaterra y los Estados Unidos estaban en una conferencia contra las Potencias del Eje. -Oye, Inglaterra. Quiero discutir un asunto importante -dijo Francia-. ¿Qué es?- Preguntó Inglaterra-. Estuve muy ocupado ayer. Así que ya es suficiente por hoy. Buenas noches. -¡ No vayas estar en huelga!- gritó Inglaterra.

Para los asiáticos, Francia es muy famosa por su cultura de huelga porque la huelga es casi imposible para los trabajadores chinos o japoneses. La huelga más famosa de Francia es la del mayo del año 1968, la que paralizó el país, de nueve a diez millones de personas se sumaron a ella⁴⁰, los controladores aéreos así como los trabajadores del carbón, del transporte, del gas y la electricidad y los periodistas de la radio y la televisión. La historia de la huelga en Francia, tiene la relación profunda con la Revolución francesa. Tras años del régimen monárquico, el pueblo ya tenía muchas ganas de romper el prestigio de las instituciones del Antiguo Régimen. El día 26 de agosto de 1789 fue aprobada la *Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano*, “Los hombres nacen y permanecen libres e iguales en derechos” es el primer artículo de la declaración y se destaca el derecho humano. Desde entonces, los franceses aprecian mucho sus derechos. Así que para los franceses, la huelga también es un derecho fundamental si ellos no han obtenido la condición ideal para sus trabajos. Las manifestaciones de la huelga en Francia incluso se han convertido en un tipo de espectáculo para los viajeros extranjeros. A los turistas japoneses, por ejemplo, les sorprende mucho la existencia de esas huelgas que afectan a sus recorridos. En muchos países europeos también se identifica a Francia por las protestas populares y la toma de las carreteras o calles. El estereotipo se fundamenta en la realidad y en las experiencias de las personas.

4.1.3.2 Estereotipos de la moda sobre Francia

Además de la huelga, en la serie *Hetalia* también se destaca la moda como algo característico de Francia. En el capítulo 9 de la primera temporada de la serie, en una conferencia de los países aliados, los Estados Unidos e Inglaterra estaban polemizando por la disposición estratégica y casi iban ya a pelear. En aquel momento lo impidió Francia: “Antes de pelear, hay un montón de cosas

⁴⁰ Una revolución fallida que cambió la vida de generaciones:

http://www.elmundo.es/especiales/2008/04/internacional/mayo_68/francia.html

que tienen que hacer, ¿no es así? Como el hacer algo respecto a ese uniforme de mal gusto”. “¡Pero tú eres demasiado llamativo!”, refutaron los Estados Unidos e Inglaterra. El uniforme de Francia en el *anime* es un abrigo azul con pantalones rojos. Dice que como es tan vistoso era fácilmente detectado por los enemigos y siempre terminaba siendo golpeado. En el capítulo 41 de la segunda temporada, se ha mencionado la moda de ropa en Francia en el siglo XI: la túnica. Es un tipo de prenda que se parece a un vestido largo para mujeres. Las mangas largas y amplias tenían el sentimiento de libertad, así es un estilo muy popular entre los intelectuales. En aquel entonces, por causa de la conquista de Normandía, las cosas populares en Francia también eran populares en Inglaterra. Además, el cabello de Francia es largo, ese también es muy “atractivo” para Inglaterra y él empezaba a imitar el estilo de Francia, pero no resulta muy bien. Así que Francia era quien estaba liderando la moda de Europa desde aquella época.



56. Francia con la túnica (Fuente: *Anime de Hetalia*)

En la serie *Hetalia*, además de la moda de Francia, la cultura culinaria francesa también fue mencionada muchas veces. Por ejemplo, en el capítulo 15

de la primera temporada, Italia y Alemania están comiendo el plato de caracoles preparado por Francia y Japón no podía creer que el caracol se puede comer. En la quinta temporada, Francia, China y Turquía han formado una asociación de gastronomía. “Esta asociación sólo acepta a los verdaderos gastrónomos y se prohíbe la entrada de Inglaterra”, dijo Francia en aquel capítulo. Si Francia se identifica con la comida y el buen paladar del gourmet, se caracteriza generalmente a Inglaterra por el mal gusto de sus comidas y lo limitado de sus platos. Los estereotipos surgen como contraste entre Francia e Inglaterra.

La moda y la gastronomía de Francia, a mi modo de ver, son muy atractivas para los japoneses. Hay muchas series de *anime* y *manga* que también tienen relación con la cultura de Francia. Hay otras series como *Sueños de colores de una pastelera*, cuyo original es la versión de *manga* shōjo y donde se cuenta la historia de una chica que sueña con ser una pastelera y entró en una escuela culinaria de repostería para estudiar. En la academia, hay un profesor francés y dentro de su estudio, ella ha ido a Francia para mejorar su técnica. En cuanto a la influencia a Japón por la moda de Francia, hay que mencionar la moda de Lolita en Japón.

Lolita es una subcultura de origen japonés cuya actitud esteticista mezcla corrientes juveniles de libertad con la vestimenta de la aristocracia de los siglos pasados, principalmente de las épocas del Rococó y de la época Victoriana, y ocasionalmente el Barroco y la época Edwardiana. Como la moda de Lolita viene del estilo del Rococó, el vestido de Lolita lleva encaje, decoración de rosas, además de cuello del traje de marinero, lazo de mariposa, tocado, paraguas, etc. La función del vestido de Lolita es para que las chicas se vean más lindas y elegantes como las damas nobles de la corte europea. “El tema principal de la moda Lolita es el sueño de ser una princesa, para las personas que aunque son adultas, todavía tienen ganas de ser princesas. Y a través de

vestirse con la moda de Lolita, se puede cumplir ese sueño”, dijo Misako Aoki, la presidenta de la asociación de Lolita de Japón.



57. Modelo con vestido del estilo de Lolita (Fuente: Weibo: Tea Party de BABY 2016)

Por la moda, la cultura culinaria y el ambiente romántico, Francia es uno de los lugares más atractivos para los japoneses, así que hay tantas obras sobre Francia incluso los *animes* y *mangas*, tal como he mencionado antes, hay obras, tales como *La Rosa de Versalles*, que toma Francia como su escenario. Además de estas obras, otra obra muy representativa en cuanto al vínculo del *manga* y *anime* con Francia, es *La encrucijada de un laberinto extranjero*.

La historia se sitúa en el final del siglo XIX. Una niña japonesa llamada Yune llegó a París. Ella fue a Francia con Óscar, un anciano francés, aficionado a viajar por el mundo; es el abuelo de Claudel. Claudel es una tercera generación de propietarios de Enseigne du Roy, de una tienda de letreros de hierro. Yune empieza a ayudar a hacer limpieza y la comida para Óscar y Claudel en la tienda. Durante la estancia de Yune en París, ella y Claudel han vivido una nueva experiencia cultural conjunta, tanto Yune y Claudel, que aprenden mucho uno del otro.

En el segundo capítulo, la protagonista Yune ha probado el pan y el queso de Francia, el pan era muy duro y Yune hizo mucho esfuerzo para separarlo. “Nosotros franceses no podemos vivir sin queso”. Dijo Claudel a Yune. Sin embargo, como en aquel entonces, en Japón no se come mucho los productos de leche, Yune no se acostumbraba nada al sabor del queso, aunque estaba insistiendo que era delicioso, se veía todo a través de la expresión de la cara de Yune. Ella también probó una taza de café, pero parecía demasiado amargo para ella. En el capítulo 6 de la serie, Yune aprobó un vestido de Francia con crinolina y corsé, y no era cómodo para andar o recoger algo en el suelo.

A lo mejor, esta obra ha roto un poco el estereotipo que la comida francesa es muy buena, sin embargo, a través de esta obra, se ve la gran curiosidad de los japoneses por Francia, sobre todo, siempre está el tema de su cultura culinaria y la moda de vestido.

4.1.4 La imagen de España y los estereotipos en la serie *Hetalia*



58. La imagen de España en la serie *Hetalia* (Fuente: Página oficial de *Hetalia*)

En 1549, San Francisco Javier llegó al sur de Japón, así comenzaron los primeros contactos entre Japón y España. Desde el año 1639, por la política de relaciones exteriores del Shogunato Tokugawa, fueron expulsados de Japón todos los extranjeros europeos, sobre todo los comerciantes y misioneros católicos provenientes de España y Portugal. En el año 1868, Japón y España firmaron el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación, así se inició una era de intercambios políticos, económicos y culturales⁴¹. Después de la Segunda Guerra Mundial, en el año 1952, se recuperó la relación entre Japón y España. Hoy en día, la comunicación entre los países se concentra en economía, cultura, arte y deporte.

En la serie *Hetalia*, España no juega un papel muy importante en la parte moderna de la serie, pero sí en la época de la antigüedad. Por ejemplo, en el

⁴¹ Curiosidades sobre las relaciones España-Japón:

<http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/TOKIO/es/espanajapon/Paginas/Curiosidades-sobre-las-relaciones-España-Japón.aspx>

capítulo 10 de *Hetalia Axis Power*, se trata de la historia del año 1588, Inglaterra logró una victoria ante la Armada Invencible Española. En el capítulo 9 de la quinta temporada *Hetalia The Beautiful World*, se menciona la Guerra de Devolución entre España y Francia durante los años 1667 y 1668. Además, tiene muchos argumentos sobre la época de la dominación de España a Italia de Sur, y está titulado como *El jefe España y pequeño Romano* (El nombre de Italia del Sur en la serie). Sin embargo, también tiene unos capítulos que tratan de la época contemporánea de España.

4.1.4.1 Estereotipo del despreocupado sobre España

En el capítulo 14 de *Hetalia Axis Power*, Alemania estaba de compras. Había conseguido una gran cantidad de salchichas, pero la cola de la caja estaba atestada debido a que el cajero era un famoso y despreocupado español. Para completar el cuadro, un despreocupado griego sacó lentamente la mercancía. De repente, el español y el griego comenzaron a charlar. Así que la situación empeoraba y Alemania estaba muy enfadado.

En el capítulo 33 de la misma temporada, España administraba una cafetería. Había entrado un joven al que su novia le había rechazado hace un momento y España estaba muy contento al recibir a un cliente. “¿Señor? ¿Es un cliente? ¡Es un cliente! ¡Hace tanto tiempo! ¡En verdad, estoy feliz! Puedes estar como en casa. Es por la recesión económica, ¿Sabes? Estos últimos años casi no vienen clientes. Aunque, sería exagerado decir que varios años”. Luego, España dejó al cliente vestirse una camiseta. Es una camiseta con la palabras “‘Cállate’-Rey”. “¡Pero si queda muy bien! Me gustaría mostrárselo al presidente de Venezuela. Si yo fuera una chica, hasta podría tener una cita con usted”. Finalmente, España recordó servir una taza de café al cliente. “Debido a que no tenía clientes, sólo tengo el café instantáneo que yo bebo”.

Así que el estereotipo sobre España es despreocupado y positivo. Creo que este tiene algo que ver con la costumbre de la siesta de España, porque durante el tiempo de siesta van a cerrar todas las tiendas y oficinas del país salvo en las ciudades grandes como Madrid o Barcelona. Además, los bancos sólo abren hasta las 2 de la tarde, y los supermercados y tiendas van a cerrar en los domingos. Y los restaurantes, sólo se abren durante el horario de comer. Estos casos son muy diferentes que los de otros países, sobre todo, en la mayoría de los países asiáticos es imposible. Por ejemplo, en China, las tiendas van a abrir casi todos los días durante todo el año, desde las 10 por la mañana hasta 8 o 9 por la tarde. Los bancos, cada día van a abrir 8 horas, incluso en los fines de semana. Los supermercados también abren igual que las tiendas, además, tienen supermercados de 24 horas. Así que para nosotros asiáticos, los españoles son muy despreocupados.

En el Internet de China, hace poco tiempo, se divulgaba ampliamente unas preguntas frecuentes y sus respuestas sobre los países extranjeros,⁴² con la forma de humor. En la versión de España, hay preguntas como:

-- ¿Por lo general, cuántas veces va a comer al día?

-- La comida son 3 veces, pero se comen tapas y bocadillos todo el tiempo.

-- ¿Se come muy tarde allí, no?

-- La comida a las 3 o 4 por la tarde y cena a las 9 o 10. Por eso, se come bocadillos todo el tiempo.

-- ¿No va a afectar el trabajo si come en cualquier momento?

⁴² 这就是西班牙。。你可以大声的笑和鄙视了~:

<https://site.douban.com/120100/widget/notes/3671907/note/248700198/>

-- El trabajo para los españoles es comer y charlar.

-- ¿No va a funcionar mal el país?

-- No te preocupes, hay turismo.

-- ¿Hay muchos chinos en España?

-- Sí, muchos. Y las tiendas chinas soportan todo el país en los domingos.

Según un artículo de El País, los españoles tienen horarios muy extraños. “No estamos en el huso horario que nos corresponde geográficamente y en nuestra actividad cotidiana llevamos dos horas de retraso respecto al resto de países de Europa”. Escrito en el reportaje. “Mientras en España vemos *El Ministerio del Tiempo* o el programa líder de audiencia de la temporada, en Alemania están ya descansando en la cama. En Italia, donde han cenado a las 19.30- 20.00, están también en ello... Entre las conclusiones que se extraen hay algunas demoledoras: trabajamos más horas que el resto con peores resultados (la productividad es menor) y nuestros horarios son un lastre para la tan ansiada conciliación de la vida laboral y personal”⁴³.

Sin embargo, ahora en España, ya hay gente piensa en cambiar. Según otro artículo de El País, titulado *Cómo sería nuestra vida si España tuviera horarios sensatos*, dice “lo ideal sería acostarse entre las 22:30 y las 23:30 y levantarse sobre las 7:00 de la mañana para dormir unas ocho horas al día. La alternativa horaria pasaría por entrar a las 9:00 a trabajar, parar a las 13:00 a comer durante unos 40 minutos y salir de trabajar entre las 17:30 y las 18:00. Se acabó el desayuno con los compañeros de trabajo de las mañanas y el café del mediodía. Los supermercados tampoco deberían estar abiertos hasta las

⁴³ El gráfico que muestra que en España tenemos horarios muy raros:
http://verne.elpais.com/verne/2016/03/18/articulo/1458309794_132930.html

22:00 ni los fines de semana”. A lo mejor, si los españoles viven horarios así, igual que otros países europeos, se puede cambiar un poco la imagen ineficiente y perezosa de España.

4.1.5 La imagen de Japón y sus relaciones con los países occidentales en la serie *Hetalia*



59. La imagen de Japón en la serie *Hetalia* (Fuente: Página oficial de *Hetalia*)

En la serie *Hetalia*, no sólo hay los personajes de los países occidentales sino también los países asiáticos como China y Japón. En cuanto al personaje Japón, en la serie también se ve estereotipos sobre él.

4.1.5.1 Estereotipos del físico sobre Japón

Como uno de los representantes asiáticos en la serie *Hetalia*, tiene pelo y ojos negros, y no es muy alto entre todos los países. Según la introducción oficial de la página web, el pasatiempo de Japón es ser discreto al hablar de acuerdo a la situación. En el capítulo 4 de la primera temporada de la serie *Hetalia Axis Power*, comentó Alemania sobre Japón que “Su personalidad es poco sociable pero es aplicado y serio, es hábil con las manos”. Así que uno de los estereotipos sobre Japón, igual que lo con Alemania, es la seriedad, además, humilde.

4.1.5.2 Estereotipo de la seriedad sobre Japón

En el capítulo 20 de la quinta temporada de la serie *Hetalia The Beautiful World*, como lo he mencionado antes, Alemania e Italia fueron a la casa de Japón para asistir a una reunión. Italia comentó así su amigo: “Es el típico japonés, bastante serio. Puede hablar al mismo nivel de Alemania, a quien tanto le gustan las máquinas. También habla de asuntos complicados. Y, al igual que Alemania, tampoco charla en medio de las reuniones”. En el mismo capítulo, antes de empezar la reunión, el anfitrión Japón dio la bienvenida a Alemania e Italia, dijo “Les estoy muy agradecido por aceptar mi invitación y haberse tomado el tiempo y la molestia de acompañarme con su presencia. Estoy humildemente encantado de poder encontrarme con ustedes. Hoy es el primer aniversario de la firma de nuestra alianza por lo que prepararé una pequeña fiesta de celebración para después de la junta. Me encantaría contar con su presencia”. En este momento ya no se pudo aguantar Italia y gritó que “¡Somos amigos! ¡Deja de hablar tan formalmente!” Explicó Japón humildemente que este era parte de los modales de su casa y era más como un saludo.

En cuanto a la causa de la seriedad de los japoneses, según Yahoo! Respuestas de Japón (Yahoo! 知恵袋)⁴⁴, tiene algo que ver con su cultura tradicional y su medio ambiente. La seriedad de los japoneses, empezó después del régimen de Meiji. “Los dirigentes Meiji dieron gran importancia a la educación como forma de integrar a Japón en la modernidad. El gobierno necesitaba que sus soldados, los obreros, los hombres de negocios, y los funcionarios del gobierno estuvieran alfabetizados para poder alcanzar la meta de ‘nación rica, ejército fuerte’” (Hane 2013:148). Escribió así en *Breve Historia de Japón*. Desde entonces, Japón prestaba cada vez más atención en educación. Y la seriedad de los japoneses es por la educación recibida y el desarrollo de su militarismo e industrialización. “Diligencia y cumplir con la orden es virtud”, tales valores se inculcan en la mente de los japoneses. La seriedad de Japón también es muy famosa en el mundo. “Afirma un observador norteamericano, ‘el único factor responsable del éxito de Japón es la actitud de los japoneses hacia el trabajo’”. (Hane 2013: 329).

4.1.5.3 Estereotipo de la característica tradicional sobre Japón

Otro estereotipo en la serie sobre Japón es su carácter tradicional. En el capítulo 12 de la primera temporada, Italia abrazó a Japón como saludo, la reacción de Japón es muy sensible, rechazó a Italia y gritó atropelladamente “¡¿Pero qué es lo que haces?! ¡Es mi primera vez! De todas formas, haré que te responsabilices”. En el capítulo 15 de la misma temporada, Italia estaba tomando el sol desnudo y Japón no puede soportarlo con esta apariencia tan indecorosa en un lugar público. “¡Pero si hace calor, en mi casa es normal”, explicó Italia. Y Japón pidió ayuda a Alemania, “¡Por favor, dígame algo también!” Pero cuando salió Alemania, también estaba semidesnudo. “El

⁴⁴ どうして日本人はクソ真面目なのですか？：
http://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q1377141773

asunto del desnudo occidental es misterioso y complicado”, pensó así Japón.

El carácter tradicional o el conservador, no sólo es un estereotipo sobre Japón sino también sobre la mayoría de los países asiáticos. La causa tiene algo que ver con el pensamiento de confucianismo, que se difunde mucho en Asia. El confucianismo destaca mucho las etiquetas, por eso los asiáticos ponen más atención en ser decente. Además, los asiáticos tampoco usamos mucho el lenguaje corporal o las expresiones afectivas como los latinos y los occidentales.

4.1.6 La imagen de los Estados Unidos y los estereotipos en la serie *Hetalia*



60. La imagen de los Estados Unidos en la serie *Hetalia* (Fuente: Página oficial de *Hetalia*)

Los Estados Unidos es uno de los países extranjeros más importantes en la historia de Japón. En el año 1791, John Kendrick se detuvieron durante 11 días en Kii Ōshima isla con dos barcos. Se considera como es primer

estadounidense que visitó a Japón. En 1846, durante el sakoku (鎖国) de Japón, el Comodoro estadounidense Matthew C. Perry se embarcó, y exigió permiso para presentar una carta del presidente Millard Fillmore, amenazando con la fuerza si se le negaba. Fue así, abrió la puerta de Japón y los “barcos negros” de Perry se convertirían más tarde en un símbolo de amenaza para la tecnología occidental en Japón⁴⁵. Después, los Guerras Mundiales y la firma del nuevo Tratado de Cooperación y Seguridad Mutuas entre los dos países, influye mucho a Japón hasta hoy día.

4.1.6.1 Estereotipo del heroísmo sobre los Estados Unidos

El personaje de los Estados Unidos, quién también es un miembro muy importante en las Fuerzas Aliadas. Es un joven que viste una cazadora de cuero y siempre está lleno de energía. Además, cuenta con un carácter muy positivo y siempre quiere ser No.1 en todos los aspectos. El estereotipo sobre los Estados Unidos más destacado en la serie *Hetalia* es el heroísmo.

Los ejemplos del heroísmo de los Estados Unidos en la serie son muchos. Uno de ellos es, como lo he mencionado antes, en la versión de película de la serie, *Hetalia Paint it, White!* Estados Unidos propuso que se cree un héroe para luchar contra los extraterrestres. Además, en el capítulo 9 de la primera temporada, los países de las Fuerzas Aliadas estaban en una reunión operativa y los Estados Unidos, como el presentador, estaba diciendo los papeles de cada país en la próxima guerra. “Inglaterra será mi apoyo. Después Francia será mi apoyo. Y además, le daré el cargo más importante a Rusia, será mi apoyo. ¡Eso es todo!”. Luego preguntó Rusia “¿Estados Unidos, qué harás tú?” “Sí, Rusia, es una buena pregunta. ¡Por supuesto, seré el héroe!” Respondió los Estados Unidos. En los capítulos que cuentan la historia de la batalla entre las Fuerzas

⁴⁵ 外交史料 Q&A 幕末期: https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/honsho/shiryo/qa/bakumatsu_01.html

Aliadas y las Potencias del Eje, como los capítulos 18, 26 y 28, fue los Estados Unidos quien le daba órdenes a otros países.



61. La imagen del heroísmo de los Estados Unidos (Fuente: *Anime de Hetalia*)

El heroísmo de los Estados Unidos, a mi modo de ver, también se expresa mucho en las películas de ellos. Como al final de las películas, son los estadounidenses quienes han salvado a los seres humanos del peligro. Así que ha parecido muchas veces la bandera nacional es los Estados Unidos en las películas. Además, en sus cómics de Marvel, también son de diferentes historias de diferentes héroes que salvaron a todo el mundo. Como resultado, es el estereotipo de heroísmo. El análisis del heroísmo de los Estados Unidos lo dejo para la siguiente parte.

4.2. La función de los estereotipos en la serie *Hetalia*

“Los medios de comunicación saben emplear y modificar, con gran acierto, los estereotipos, con la finalidad de hacerlos reconocibles para el mayor número de personas”. (Galán Fajardo 2006: 62) Los *animés* y *mangas* también son medios de comunicación, sobre todo, los *animés* se emite por televisión e Internet, la gente que ve las obras a través de televisión es muy

fácil recibe las informaciones dentro de las series. Y los estereotipos dentro de las series también son muy fácilmente recibidas por la audiencia. “Para Martínez i Surinyac (1998), los estereotipos son bastante usuales y prácticos en los medios audiovisuales, ya que actúan simplificando los atributos psicológicos de los personajes, sin llegar a definir rasgos complejos y destacando sus características más relevantes”. (Galán Fajardo 2006: 65) Así que una obra como *Hetalia* es muy práctica en la difusión de estereotipos.

“Las características de los estereotipos: 1) sirven para simplificar, o por el contrario exagerar, los rasgos atribuidos a un grupo; 2) justifican o racionalizan las reacciones afectivas y conductuales hacia un grupo; 3) son muy resistentes al cambio, generan expectativas, y aunque se obtenga información que los desconfirme tienden a mantenerse, y 4) son creencias compartidas por los miembros de una cultura”. (Durán & Cabecinhas 2014: 48) Los estereotipos en la serie *Hetalia* también corresponden a estas características.

La obra nos enseña cada personaje con una forma simple, a través de las conversaciones y los comportamientos de ellos; para el público es muy fácil entenderlos. Por otro lado, ha exagerado algunos argumentos para mostrar mejor los estereotipos, tales como que Italia aprende la utilización de granada y lanzó el seguro. La serie ha durado más de 10 años, y los estereotipos ha difundido más tiempo, eso es por ser resistentes al cambio, aunque según mi análisis, hay unos que ya no se notan mucho, la obra todavía nos muestra su existencia. Y por último, la obra es de Japón, así que es posible que los estereotipos dentro de la obra son los creídos por los japoneses, por lo menos, por el grupo de producción de la obra.

Y las funciones de los estereotipos, según Durán y Cabecinhas son (Durán & Cabecinhas 2014: 50-51): “a) Función de economía cognitiva... Los estereotipos a través de la simplificación y la generalización, nos permiten

organizar información sobre el mundo, y establecen marcos de referencias y formas de orientar nuestras percepciones”. La serie *Hetalia* es muy representativa en esta función de los estereotipos. La obra toma los estereotipos como referencias del diseño de los personajes y también para los argumentos de la historia, a través de ver la obra, la audiencia puede tener una idea general de cada país.

“b) Función del defensa del yo. A través de los estereotipos, las personas preservamos nuestro sistema de valores”. Aunque en la serie *Hetalia* no se ve mucho la defensa del “yo” según la teoría, a través de los estereotipos dentro de la obra, el personaje Italia nos muestra su característica de *heta*, es decir, inútil. Por otro lado, se resalta que Alemania es muy útil. Así que los estereotipos de *Hetalia* nos dejan comparar las características de los diferentes países.

“c) Función de distinción positiva. Clasificamos diferencialmente a los miembros de endogrupo y a los de exogrupo, fomentando una visión más positiva de nuestro grupo”. Esta función no se nota mucho en la serie *Hetalia* porque tampoco ha resaltado mucho la característica positiva del personaje Japón. Sin embargo, a través de los estereotipos dentro, si que podemos clasificar a los personajes más valiosos según el desarrollo de la narración de la obra.

“d) Función de predictibilidad de la conducta. e) Función de explicación y justificación de acciones sociales”. Es decir, a través de los estereotipos, es posible presumir qué comportamiento va a suceder en los diferentes grupos de personas, también se puede clasificar su papel social. Por ejemplo, en la serie *Hetalia*, Francia tiene por estereotipo el que le gusta la huelga, por eso, en la obra están en huelga en todos los lugares. España es despreocupado, por eso, es posible que en el trabajo también tiene la actitud despreocupada como nos ha enseñado en el *anime*.

Si se buscan las reseñas sobre la obra *Hetalia* en Internet, el resultado ha sido la mitad favorable y la mitad criticable⁴⁶. Los comentarios de los lectores a quienes les gusta la serie, se concentran en la idea de la personificación de los países y, es muy interesante, es fácil de recordar los países y los acontecimientos históricos a través de la obra y está llena de humor. Por otro lado, en los comentarios negativos, lo que critica más es que la obra está llena de estereotipos y “ethnic joke”. Además, por la informalidad de la historia y falta de respeto a los sucesos históricos, como las guerras.

El eje del relato de la serie *Hetalia* está basado en la historia durante la Primera Guerra Mundial y la Segunda Guerra Mundial, pero ha evitado la parte afilada de los problemas históricos. A lo mejor, porque es una obra de comedia y sólo para que los espectadores sonrían. Sin embargo, en el tema musical de la serie, ha parecido muchas veces la imagen que los países estaban de mano a mano y bailando. En mi opinión, este es para expresar el buen deseo de la paz de mundo de los productores de la serie.

A pesar de todo, la serie *Hetalia* ha logrado un gran éxito en todo el mundo. Cada personaje en la serie tiene una gran cantidad de aficionados. Si se busca *Hetalia* como palabra clave en la página web Niconico Douga (ニコニコ動画), una web muy famosa de alojamiento de vídeos de origen japonés, van a salir más de 47,000 vídeos. Los vídeos son animaciones de ilustraciones, canciones o danzas de los personajes en la serie, hechos por los fans en 2D o 3D y subidos a la web. En algunos vídeos, los aficionados pusieron vestidos tradicionales o uniformes militares que no habían aparecido en la propia serie a los personajes para que se vean más auténticos. Así que también existen muchos estereotipos dentro de los vídeos de los fans.

⁴⁶ ヘタリア Axis Powers 感想 (評価/レビュー) [漫画]:
https://sakuhindb.com/jmanga/7_Hetalia_20Axis_20Powers/



62. El fan vídeo del personaje España en Niconico Douga⁴⁷

Además, también se puede ver el fenómeno de “*Seichi Junrei*” a través de la serie *Hetalia*. En la página web Niconico Douga, hay una etiqueta especial para el “*Seichi Junrei*” de *Hetalia*, se llama “AP ヘタリア旅行記 (El viaje de *Hetalia Axis Power*)”. Los contenidos de estos vídeos se concentran en las fotos que han tomado en los viajes, con subtítulos para explicar dónde las han tomado y qué son y además las cosas que encontraron iguales que en la serie. Los títulos de estos vídeos, los fans también los han puesto con un estilo de *Hetalia*, tales como: “Fui a casa de Alemania” o “Me he alojado en la casa de España”.

Una obra así como *Hetalia*, aunque la construcción de la historia se ha basado en los estereotipos; su caso es muy diferente al de otras comedias que también utilizan los estereotipos para divertir a los espectadores. A través de la vista de la serie *Hetalia*, las audiencias japonesas no sólo se divertían con la serie, por su amor a los personajes, sino que han intentado conocer más y mejor los países que han aparecido en la obra. A lo mejor, los estereotipos son las

⁴⁷ 【AP ヘタリア MMD】Get Up&Move!!親分詰め合わせ!!: <https://www.nicovideo.jp/watch/sm19789869>

primeras impresiones que les dan sobre los países dentro de la serie. Les interesan por los estereotipos inicialmente y pero van a investigar más sobre estos países, sobre sus culturas, las historias, las costumbres, etc. Por eso, se puede sacar la conclusión que los estereotipos en una obra como *Hetalia* tienen también la función de difusión de la cultura de los otros grupos. Por los estereotipos, hay gente que tiene más interés en un grupo exterior y más ganas para conocer un mundo diferente, lo que lleva a una superación de los estereotipos iniciales.

Además, con la visita de los fans a los países que aparecen en la serie, el turismo de estos países también ha sido promovido y beneficia a las agencias de viajes de Japón, además de los espacios locales que son visitados en los países reflejados. Tal vez haya gente que quiera saber si son verdad los estereotipos dentro de la obra, por eso, ha hecho el *Seichi Junrei*. En ese caso, los estereotipos también tienen la función de atraer a los turistas.

Parte V. Las interacciones de las culturas populares

5.1. La influencia de las culturas populares occidentales en el *manga* y el *anime*: películas y los superhéroes

Desde hace muchos años, las imágenes occidentales ya aparecían en los *animés* y *mangas*, tales como los vampiros y la imagen de Drácula. En el año 1979, se publicó por Osamu Tezuka el manga *Don Dracula*, la historia ha tratado de la vida de Drácula y su hija Chocula en Tokio, Japón. Como he concluido antes, la cultura occidental en los *mangas* y *animés* siempre están vinculado con la cultura japonesa. Igual que las novelas y películas occidentales, los vampiros en los *mangas* y *animés* ahora ya no sólo son género como el terror o la ciencia-ficción, sino también el romance o la comedia, por ejemplo, la serie de *manga* y *anime* *Vampire Knight*, su historia se trata de que la heroína humana Yūki estudia en una academia que tiene dos clases, la nocturna y la diurna. Los alumnos de la Clase nocturna son vampiros. Así que Yūki, junto con un chico vampiro Zero Kiryū, deberán ser guardianes de este secreto y procurar que la Clase diurna nunca se entere de la naturaleza de la otra.

Además, las religiones, los mitos y las leyendas occidentales también se ven en los *mangas* y *animés*, tales como la obra que he mencionado antes: *Las vacaciones de Jesús y Buda*. Estas influencias literarias de Occidente, a mi modo de ver, vienen de las novelas y películas occidentales. En esta parte, quería concentrar en la influencia de las culturas populares como las películas y los cómics occidentales sobre los *mangas* y *animés*.

Las películas occidentales también han influido en los contenidos del *anime* y el *manga*. El *manga* y el *anime* son obras de arte, al igual que las películas. Las influencias de las películas occidentales en el *manga* y el *anime* también son un elemento occidental que aparece en ellos. Y este tipo de influencia se ve más frecuente en las obras que tratan de historias que tienen los

escenarios en países extranjeros o si dentro de la historia hay algún contenido sobre los países occidentales. Por eso, este tipo de *anime* y *manga* generalmente tiene un ambiente muy occidental.

La primera obra que quiero mencionar es *Gunslinger Girl*. *Gunslinger Girl* es un *manga* japonés escrito e ilustrado por Yuu Aida. Comenzó la publicación el año 2002 en la revista mensual *Dengeki Daioh*. En el año 2012, terminó el *manga* con 15 volúmenes y 100 capítulos en total. Fue adaptado a animación el año 2003, la primera temporada se emitió durante octubre del año 2003 y febrero del año 2004. Y la segunda temporada, la emisión desde enero hasta marzo del año 2008. Cada temporada contiene 13 capítulos; además, ha producido 2 OVA en el mismo año 2008. La producción de la animación duró hasta el capítulo 29 de volumen 6 del *manga*.



63. Plaza de España de Roma en el *anime* (Fuente: *Anime de Gunslinger Girl*)

La historia transcurre en la Italia actual; el gobierno italiano estableció una organización que se llama “Corporación de Bienestar Social”, su apariencia es

una organización que ayuda a los niños que por diversas circunstancias han perdido sus posibilidades de llevar una vida normal, sin embargo, la verdad es una organización armada anti-terrorista. Según la historia del *manga*, en aquel entonces, en Italia había un grupo de terroristas, la facción de la República de Padania, que quería realizar la independencia de la parte norte de Italia a través del terrorismo. Para luchar contra ellos, la Corporación de Bienestar Social recoge a niñas que tienen enfermedades o heridas graves, quienes no son capaces de vivir con normalidad, les operan sus cuerpos con partes mecánicas para que sean mucho más fuertes y las someten a un proceso llamado “acondicionamiento”. El “acondicionamiento” es borrar recuerdos desagradables de las niñas y manipular sus mentes, así se convierten en armas fuertes para matar a cualquiera sin titubear.

Cada niña tiene un tutor, el tutor tiene que educar a la chica, por ejemplo enseñarla cómo se dispara o cómo se combate. Por el control de la mente y los contactos frecuentes con los tutores, las chicas tenían el sentimiento que mezcla con amor y la emoción familiar a los tutores. La combinación del tutor y la niña se finge como “fratello”, que significa “hermano”.

Como el escenario de esta obra está en Italia, en la serie han aparecido varios lugares famosos en Italia. Tales como Plaza de España de Roma, el Coliseo, Venecia, la catedral de Milán, etc.

Además de utilizar Italia como el escenario, otro punto muy interesante de esta obra es, que se ve mucho la influencia de la película *Roman Holiday*. En el capítulo 6 de la primera temporada de la serie de *anime*, después de eliminar unos terroristas que planeaban de estrellar la plaza de España en Roma, uno de los tutores, José, quería premiar algo a su “hermana” Henrietta, sin embargo, Henrietta sólo le pidió un helado, y lo comía paseando por la plaza de España en Roma. A través de esta escena, se ve la influencia de la película *Roman*

Holiday. Además, hay otra escena en el mismo capítulo, en que una pareja estaban montando juntos en un motocicleta y Henrietta la miraba envidiablemente. En el primer capítulo de la segunda temporada de la serie, Henrietta ha montado con su tutor José en una motocicleta para perseguir a unos terroristas, Henrietta estaba muy contenta. Estas escenas también viene de la película *Roman Holiday*.



64. Henrietta está mirando a la pareja en una motocicleta (Fuente: *Anime de Gunslinger Girl*)

En el capítulo 9 de la segunda temporada, Henrietta y Jose han hecho un *Seichi Junrei* según la película *Roman Holiday*. Los dos han ido al Castillo de Sant'Angelo por una misión y Henrietta estaba muy contenta porque a ella le gusta mucho la protagonista, la princesa Anna de la película *Roman Holiday*, por eso estaba allí buscando por dónde ha nadado Anna y por dónde ha luchado con la guitarra.



65. Henrietta y Jose en el Castillo de Sant'Angelo (Fuente: *Anime de Gunslinger Girl*)

Además, en la serie *Gunslinger Girl*, el diseño de un programa secreto de formación de sicarios se ve también en la película *Nikita*, del año 1990, en la cual también hay como argumento que una chica mortal fue entrenada para ser una asesina y cumplía misiones de matar en beneficio de los intereses del gobierno.

En cuanto a la influencia de las películas occidentales sobre el *manga* y *anime*, hay que mencionar a un guionista japonés muy famoso de *anime* y videojuegos, se llama Gen Urobuchi. Urobuchi es un aficionado a las películas. En varias obras suyas, se puede ver la influencia de las películas. Por ejemplo, hay una serie de *anime* se llama *Phantom: Requiem for the Phantom*, la serie se trata de los temas de mafias y asesinos.

La obra del *anime* es una adaptación desde un vídeo juego, creado por Nitroplus en el año 2001. La serie del *anime* fue emitida en 2009 en TV Tokyo, tiene 26 capítulos en total. La escena de la obra está en los Estados Unidos, en dónde hay una de las mafias estadounidenses más poderosa, que se

llama “Inferno”. El poder de la organización viene de su asesino más poderoso: Phantom. La primera Phantom en la serie es una chica, le ha puesto un nombre en clave: Ein. Y el protagonista de la obra es un joven japonés que viajó por los Estados Unidos cuando presencia un asesinato de Inferno. Inferno lavó la memoria de este chico y le entrenó por Ein, así que se convirtió en otro Phantom de la organización con el nombre de “Zwei”. Con el desarrollo de la historia, Zwei se encontró con una chica que se llama Cal Devens. Ella fue adoptada por Zwei y por su meta de venganza para la muerte de su hermana adoptiva ella decide convertirse en una asesina profesional como Zwei. Aunque Zwei la trata de alejar de ese mundo oscuro en que él estaba, ha enseñado unas técnicas a la chica. Y debido a una serie de acontecimientos, Cal se convirtió en “Drei”, la tercera Phantom de la organización Inferno. Un argumento así, fue indicado por unos fans que se ve la influencia de la película *El profesional (Léon)*, en la que también tiene el argumento de la enseñanza a una chica para convertirse en una asesina.



66. La portada de DVD de *Phantom: Requiem for the Phantom vol.5*

Además, hay otra serie del mismo guionista del año 2012, titulado como *PSYCHO-PASS*. *PSYCHO-PASS* es una serie de *anime* policíaca ambientada en un futuro Japón, en el que omnipresentes sensores analizan el Psycho-Pass de los ciudadanos para medir su estado mental y su personalidad y determinar las probabilidades de que cometan un acto criminal. La policía trabaja en equipos formados por ejecutores e inspectores, los primeros se ocupan de sacar fuera de circulación a las potenciales criminales y los segundos se aseguran de que sus compañeros no pierdan el control. Un diseño así, que un sistema es capaz de predecir un posible crimen, se ve la idea del sistema PreCrimen de la película *Minority Report* del año 2002.

	Películas de referencias	Año	Director	Construcción Temática Semejante
<i>Gunslinger Girl</i>	<i>Nikita</i>	1990	Luc Besson	Programa secreto de formación de sicarios
<i>Phantom: Requiem for the Phantom</i>	<i>El profesional (Léon)</i>	1994	Luc Besson	Educación a una niña para que sea una asesina
<i>PSYCHO-PASS</i>	<i>Minority Report</i>	2002	Steven Spielberg	El sistema de predecir un posible crimen

Los *animés* y las películas de referencias

El guionista añade estos detalles en su propia obra por su afición a las películas. Cuando surgió el caso de una serie de *anime* que se llama *Noir*, que la obra fue criticada por un contenido muy semejante que *Phantom: Requiem for the Phantom*, los fans estaban discutiendo en Internet que se debería acusar la serie *Noir*, comentó Gen Urobuchi que: 「そんなことをしたら、こっちが映画製作者から訴えられる」 “ Si hago eso, me acusarán los productores de películas” ⁴⁸. (traducción propia)

A pesar de estos casos, otro detalle sobre las películas occidentales que influyen en el *manga* y *anime* japoneses, es el heroísmo dentro de ellas. Como lo he mencionado antes, dentro de la serie *Hetalia*, el mayor estereotipo sobre los Estados Unidos es el heroísmo, este estereotipo, tiene algo que ver con los cómics y películas de los superhéroes de los Estados Unidos.

Los cómics de los superhéroes, se consideran empieza en el año 1934 por Detective Comics, conocido como DC Comics. Unos años más tarde, creó los superhéroes como Superman y Batman, en el año 1938. En el año 1939, en Timly Comics, uno de los personajes más representativos de comics, Stan Lee, empezó su carrera de crear superhéroes. Después de la Segunda Guerra Mundial, por la necesidad social, fueron creados los superhéroes como Wonder Woman, Captain America, Spiderman, etc.

La cultura de superhéroes en Japón empezó en el año 1958. El proyecto del primer superhéroe de Japón comenzó el año 1957, un año dentro de los primeros años que Japón producía su propia serie de televisión. Sin embargo, la primera no logró mucho éxito. En cuanto a la siguiente, dijo el productor

⁴⁸ 虚淵玄: <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%99%9A%E6%B7%B5%E7%8E%84>

Toshio Kobayashi: 「スーパーマンみたいなヒーローにしよう!」 (岩佐 2008: 20) “¡Creamos un héroe como Superman!” (traducción propia). Así nació el primer superhéroe japonés: *Capitán Centella*. Era un héroe misterioso, llevaba una capa, bufanda, guantes y botas, gafas oscuras, la cara cubierta por un velo y en su cabeza un turbante de estilo hindú. Sus armas eran un látigo, 2 revólveres de 6 tiros, shuriken de ninja shuriken, y un boomerang con forma de luna. Además, siempre viaja montado en una motocicleta.

La serie tiene 5 temporadas, son 130 episodios en total. Más tarde, fue adaptado a 6 películas con el mismo contenido. En el año 1972, fue adaptado en *anime*, son 39 capítulos en total. Además, en el año 1958, la obra fue adaptada en *manga* basada en la versión de telenovela. La obra logró un gran éxito, y desde entonces, Japón empezó una época de producciones de las obras de héroes. Y según, lo dicho por Toshio Kobayashi, se ve la influencia de los héroes occidentales.

Después de *Capitán Centella*, Japón también ha creado héroes como *Ultraman* y *Kamen Rider*. La mayoría de estas series más famosas de héroes son telenovelas, aunque algunas fueron adaptadas en *manga*. El primer *manga* original que considera como una *manga* de héroe posiblemente es *Astro Boy*, de Osamu Tezuka. Astro es un poderoso androide, tiene la apariencia de un niño y tiene varios poderes: súper velocidad, luces de alta intensidad en los ojos, una ametralladora retráctil en sus caderas y etc. Con estos poderes, Astro lucha contra el crimen, el mal y la injusticia. Estas características son muy representativas para un héroe, cuenta con superpoderes y lucha contra los malos, protege al público. Hoy en día, los héroes de Japón ya se ven más en los mangas y animes.

Los héroes japoneses en los mangas son iguales que los estadounidenses de los cómics, serán adaptados a *anime* o película. Sin embargo, los héroes

japoneses tienen muchas diferencias con los superhéroes estadounidenses. Según un artículo en Internet⁴⁹, los superhéroes de los Estados Unidos no son tan bien recibidos en Japón como China o Corea. La causa se ve en las diferencias de los héroes de los dos países. Por ejemplo, los superhéroes de los Estados Unidos son adultos, y los héroes de Japón, sobre todo en los *mangas* y *animés*, son los adolescentes. Además, los superhéroes estadounidenses ganan la batalla a través del trabajo de grupos. Y los héroes japoneses, además del compañerismo, vencen a los enemigos con los esfuerzos y prácticos que han hecho. Este fenómeno se ve mucho en los *mangas* de shonen.

La categoría *shonen* es lo más popular entre los *mangas*. Las características de los shonen *mangas* son: un protagonista como héroe, tiene uno o varios poderes, pero al principio era muy débil, con el apoyo de los maestros y los compañeros o rivales, ha sido cada día más fuerte. Y los temas principales de los *mangas* shonen son: el esfuerzo, la amistad y la victoria. Como he mencionado antes, la revista semanal de *manga* más conocida del mundo se llama *Shūkan Shōnen Jump*, es una revista especial que se dedica a los *mangas* shonen. Las obras de la revista han sido muy populares en todo el mundo. Así que, aunque los superhéroes estadounidenses no han sido muy bien aceptados en Japón, en cambio los héroes en los *mangas* y *animés* japoneses han sido muy bien recibidos en los países extranjeros.

El fenómeno de que la cultura de los superhéroes de cómic americano influye a los héroes japoneses en *manga* y *anime*, según la teoría de Lotman, anteriormente citada:

“El texto sacado del estado de equilibrio semiótico, resulta capaz de un autodesarrollo. Las poderosas irrupciones textuales externas en la

⁴⁹ なぜ日本では世界的ヒットのアメコミ映画が当たらないのか? :
<https://www.sbbit.jp/article/cont1/36447>

cultura considerada como un gran texto, no sólo conducen a la adaptación de los mensajes externos y a la introducción de éstos en la memoria de la cultura, sino que también sirven de estímulos del autodesarrollo de la cultura, que da resultados impredecibles”. (Lotman 1996: 69)

Además, también indicó Lotman:

“Se puede considerar el universo semiótico como un conjunto de distintos textos y de lenguajes cerrados unos con respecto a los otros. Entonces todo el edificio tendrá el aspecto de estar constituido de distintos ladrillitos. Sin embargo, parece más fructífero el acercamiento contrario: todo el espacio semiótico puede ser considerado como un mecanismo único (si no como un organismo). Entonces resulta primario no uno u otro ladrillito, sino el «gran sistema», denominado semiosfera”. (Lotman 1996: 12)

Aquí podemos tomar la cultura de los superhéroes como un gran texto, y un texto dentro del mecanismo o semiosfera de los Estados Unidos. El texto de los superhéroes entró en la semiosfera de Japón como "mensaje", aunque no ha sido muy recibido, y se ha auto desarrollado (transformado para Lotman) con su estilo japonés, es decir, han aparecido los propios héroes japoneses. Y más tarde, los héroes japoneses, sobre todo, los del *manga* y *anime*, entraron en el mundo occidental y también habían sido muy bien recibidos. Y en algunos de estos *mangas* sobre los héroes se puede ver mucho la influencia de los superhéroes de los Estados Unidos.

La obra que voy a analizar se llama *My Hero Academia*. Ya a través del título los contenidos de la obra nos remiten a la cultura de los héroes. *My Hero Academia* es un *manga* de shonen que publica en la revista *Shūkan Shōnen Jump* desde el año 2014; su autor e ilustrador es Kōhei Horikoshi, actualmente,

han salido 24 tomos de tankōbon. En el año 2016, la obra fue adaptada a *anime*, hasta el año 2019, tiene 4 temporadas.



67. La portada del vol.1 de *My Hero Academia*

La historia es en un mundo donde el 80% de la población posee diferentes “Dones”, es decir, los superpoderes. Por diferentes causas, estas personas que tienen “Dones”, igual que en los cómics, se dividen en los héroes y los villanos. Y entre el resto, el 20% de personas sin superpoderes se encuentra Izuku Midoriya, el protagonista de la serie. Un día, tras conocer personalmente a All Might, el héroe más poderoso y el ídolo de Izuku, All Might le ofrece heredar

sus poderes al ver la gran determinación de Izuku aunque no tenga poderes. Así que Izuku entra en una academia se llama U.A., donde hace nuevos amigos, conoce otros héroes profesionales, aprende a dominar sus poderes y hasta hacer frente a auténticos villanos.

En primer lugar, voy a empezar con el diseño de los personajes.



68. All Might de la serie *My Hero Academia* (Fuente: Página oficial de *My Hero Academia*)

El diseño de los superhéroes de la obra, según este dibujo del carácter All Might, se ve varios puntos que no son muy “japoneses”. El primer lugar, el diseño del personaje All Might. All Might es rubio, según el diseño, tiene los ojos azules, y tiene el cuerpo muy muscular. Sin embargo, All Might sólo es un nombre en clave de héroe, el personaje es un japonés que se llama Toshinori Yagi. La apariencia de All Might es muy diferente que la impresión general de un japonés, tales como el personaje de Japón en la serie *Hetalia*.

“Another aspect of anime’s *mukokuseki* quality in many eyes is the extremely ‘non-Japanese’ depiction of human characters in virtually all anime texts. This is an issue among American audiences new to anime as well, who consistently want to know why the characters look ‘Western’”. (Napier 2005: 25)

Según una entrevista⁵⁰ a Toshio Okada, un productor y crítico japonés, 「『美人とされるアニメキャラは、白人の人種形質を持つ。』という研究なんですけど、本当の日本人、アニメの中の日本人、正面から見ても体型が違 う。」 “Hay investigación sobre ‘los personajes muy monos en los *animés*, tienen las características caucásicas’, las figuras de los japoneses en realidad son diferentes que los en *anime* si se ve desde frente”. (traducción propia) Sin embargo, en la misma entrevista, Toshio también indicó: 「マンガの中のキャラクターが白人ぽく見えるのではなくて、東洋人の中で主役っぽい顔を描いていくと白人的な特徴に見えるだけなんです。」 “No es que los personajes en *manga* se vean como los caucásicos, sino que si dibujamos las caras asiáticas que pueden ser para los protagonistas, se ve la características de los caucásicos”. (traducción propia) Se puede entender que, este fenómeno ha mostrado que la vista estética de los japoneses prefiere las apariencias parecidas a los caucásicos, por eso, los personajes dentro de *manga* y *anime* siempre se ven como los caucásicos, por ejemplo tienen el piel muy blanca, los ojos grandes o la estatura alta.

“In fact Oshii suggests that this is part of a deliberate effort by modern Japanese to ‘evade the fact that they are Japanese’, quoting a

⁵⁰ 「白人コンプレックスが原因じゃない」日本のアニメや漫画のキャラが白人顔になる理由:
<https://news.nicovideo.jp/watch/nw2778105>

provocative statement by the director Miyazaki Hayao to the effect that ‘the Japanese hate their own faces’. Oshii sees the Japanese animators and their audiences looking ‘on the other side of the mirror’, particularly at America, and drawing from that world to create, ‘separate from the reality of present day Japan, some other world’.” (Napier 2005: 25)

Además, el vestuario de All Might, según el dibujo de arriba, es azul, rojo, blanco y amarillo. La combinación de colores también muy semejante que los colores del vestuario de algunos superhéroes en cómics estadounidenses. Y según el diseño del personaje, All Might tiene la experiencia de estudiar en los Estados Unidos.

Así que unos personajes de la serie *My Hero Academia*, aunque son todos japoneses, tienen sus nombres clave en inglés, igual que *All Might*. Y no sólo lo nombres, la palabra “héroe”, se utiliza directamente la de inglés *hero* (ヒーロー), y los enemigos, *villain* (ヴィラン). Además, los movimientos de ellos también en inglés. Como he comentado antes, la utilización de las palabras extranjeras “no es por la alta civilización cultural de los países occidentales, sino por la sensación de moda de inglés y francés, y la indicación de moda occidental dentro del corazón de los japoneses” (樺島 1981:152). Los héroes profesionales en la serie tiene su propia agencia y su propio grupo, este también se ve en los cómics de superhéroes de los Estados Unidos.

Como lo he mencionado en la obra *Hetalia*, los Estados Unidos, para los japoneses, es el representativo de la cultura de los superhéroes. Es posible que por esta causa, una obra que trata de los héroes, haya que tener algo que ver con los Estados Unidos. Sin embargo, la obra también tiene su aspecto japonés. Por ejemplo, el protagonista Izuku ha conseguido el superpoder desde All

Might, sin embargo, al principio no puede controlar bien el poder, hay que conseguirlo a través de pensar y practicar. Además, para ser un héroe profesional, hay que entrar en un instituto especial para aprender, y los profesores del instituto U.A. son héroes profesionales. En el Instituto, Izuku ha aprendido cómo luchar contra los villanos con los compañeros, la relación con los compañeros también es una característica de los shonen *manga*. Además, la relación con los superiores.

En Japón, hay la cultura de “senpai”, es decir, los superiores, o alguien que está más tiempo en una Organización que tú. 「上司と部下、先輩と後輩の間の関係や付き合い方は、同じ年齢や同期の人間、友だちとの付き合い方とは少し違う。特に上下関係の中で、（年齢や地位について）上の人間に対しては礼儀をもって接しなければならないとされる。言葉のうえでも、上下関係の重視という特徴は明確である（敬語など）。」⁵¹ “Es un poco diferente la relación y la forma de conllevar entre los superiores, los subordinados, los que entran antes y después de una organización, y los compañeros que entran el mismo año en la organización, de la misma edad, o los amigos. Sobre todo, la relación entre los superiores y los subordinados (según la edad y el puesto), hay que cuidar con el respeto cuando se pone en contacto con los superiores. La utilización de las palabras también tiene la característica en tomar seriamente en cuenta la relación entre los superiores y los subordinados (tales como el ‘keigo’). (traducción propia) “Keigo” significa los términos de cortesía en japoneses. En Japón, cuando se habla con los superiores, es obligatorio utilizar el “keigo”. Y los superiores, tienen la obligación de enseñar y educar a los subordinados.

En los *mangas* y *animes* también se ve esta relación entre los superiores y

⁵¹日本と中国の学校における先輩後輩関係: <https://www.blog.crn.or.jp/lab/08/06.html>

los subordinados, incluso dentro de los institutos. Por ejemplo, en *My Hero Academia*, también forma parte del argumento que los protagonistas reciben la educación de los estudiantes de cursos superiores o practican en las agencias de los héroes profesionales y aprenden cómo trabajar como un héroe.

Así que, la serie *My Hero Academia* es una obra que mezcla la cultura del superhéroe de los Estados Unidos y su propia cultura japonesa. Es igual que la teoría de Lotman, el texto de superhéroes entró en la cultura de Japón, se desarrolló y mezcló con la cultura japonesa, y se convirtió un nuevo texto como *manga* y *anime* de los superhéroes japoneses.

En el agosto del año 2018, se estrenó la versión de película *My Hero Academia: Two Heros*. Sin embargo, 「世界でもっとも早く一般向けに映画が上映されたのもアメリカが最初だったりします。日本公開がまだスタートしていない7月5日に、北米最大のアニメコンベンション・*anime Expo 2018*にて、ワールドプレミアとして『僕のヒーローアカデミア THE MOVIE ～2人の英雄～』は世界最速上映が果たされています。」⁵² “La película se estrenó primero en los Estados Unidos, ha sido primera del mundo. El día 5 de julio, en *anime Expo 2018*, la convención del *anime* más grande de Norteamérica, estrenó *My Hero Academia: Two Heros* como World Premium y ha sido el estreno más rápido del mundo, más temprano que en Japón”. (traducción propia)

「なぜ本作がこれだけの支持が得られているのかは、掘り下げがいのありそうなポイントですが、元より『僕のヒーローアカデミア』はアメコミヒーローのテイストが強く盛り込まれたキャラクターデザイン

⁵²アメリカで好成績! 『ヒロアカ』人気は日本だけじゃない?: <https://anigala-rew.jp/heroaca-movie/>

が特徴的です。ビジュアルの観点からすでに多くのアメリカのファンに受け入れられやすい器量があったのは確実でしょう。」⁵³ “En cuanto a la causa de por qué ha recibido tanto apoyo la obra, el punto que merece la pena de profundizar es el diseño de los personajes de la serie. *My Hero Academia* ha añadido un toque muy fuerte de los características de los superhéroes estadounidenses. Desde el punto de vista visual, ya tiene la capacidad de ser recibido fácilmente por una gran cantidad de fans de los Estados Unidos”. (traducción propia)

Además, los superhéroes estadounidenses y *My Hero Academia* incluso ha tenido una colaboración. En el abril del año 2018, antes del estreno de la película *Avengers: Infinity War*, se publicó un vídeo⁵⁴ de propaganda colaborado con el anime de *My Hero Academia* con el título *SPECIAL HERO COLLABORATION*.

⁵³ Ver nota 31.

⁵⁴ 『アベンジャーズ / インフィニティ・ウォー』 「僕のヒーローアカデミア」 コラボ映像:
https://www.youtube.com/watch?v=8KJZkN_FvMY



69. La colaboración de las dos obras (Fuente: 「ヒロアカ」 雄英生徒が"アベンジャーズ"と共演！ デクとキャプテン・アメリカの共通点は？)

「両作品の共通点として挙げられるのが“テーマ性”である。特殊な能力を持つキャラクターが“ヒーロー”として活躍するという大きなテーマが合致するのはもちろん、物語の中でヒーローとしての使命に目覚め、普通の人間と同じように悩み苦しみながら成長していく点も一致している。」⁵⁵ “El punto común de las dos obras es tener el mismo ‘tema’. Y no sólo el tema que los personajes tienen poderes especiales y actúan como los

⁵⁵ 「ヒロアカ」 雄英生徒が"アベンジャーズ"と共演！ デクとキャプテン・アメリカの共通点は？ : <https://animeanime.jp/article/2018/04/12/37371.html>

‘héroes’, sino también tienen el mismo punto que dentro de la historia, los héroes reconocen su vocación y crecen pensando y sufriendo como los seres humanos normales”. (traducción propia)

La mayoría de los comentarios bajo el vídeo de la colaboración son en japonés. Hay comentarios positivos como: “Pensaba que algún día harían una colaboración”. “Es la colaboración de mis sueños”. Sin embargo, también hay comentarios negativos, por ejemplo, “Los estilos son totalmente diferentes”. “No entiendo nada de esta colaboración”.

“La semiosfera es atravesada muchas veces por fronteras internas que especializan los sectores de la misma desde el punto de vista semiótico. La transmisión de información a través de esas fronteras, el juego entre diferentes estructuras y subestructuras, las ininterrumpidas «irrupciones» semióticas orientadas de tal o cual estructura en un «territorio» «ajeno», determinan generaciones de sentido, el surgimiento de nueva información”. (Lotman 1996: 17)

Según Lotman, la transmisión de las informaciones y los textos a través de las fronteras de diferentes semiosferas son capaces de engendrar nueva información, es decir, al entrar en un nuevo mecanismo, el texto exterior puede cambiar a un nuevo texto según la estructura dentro de la semiosfera. En el caso de *My Hero Academia*, el texto o el lenguaje de los superhéroes atravesaron la frontera y entró en la semiosfera de la cultura japonesa, y contactó con su cultura propia, fue influido por la semiótica de este país oriental, al final, se convirtió en los superhéroes de estilo japonés de *My Hero Academia*.

A pesar de todo, la serie *My Hero Academia* ha logrado un gran éxito dentro y fuera de Japón. El día 2 de noviembre del año 2018, se ha celebrado la entrega de los Premios del XXIV Salón del *manga* de Barcelona, el *manga* de

My Hero Academia editado en España por Planeta Cómic logró el premio del Mejor Shonen. Además en español, el *manga* fue licenciado por Francia, Italia y otros países occidentales. Así que los *mangas* y *animés* de Japón también llegan al mundo occidental y influyen en él.

5.2. La influencia de *manga* y *anime* de Japón en los países occidentales

5.2.1 *Manga* y *anime* como una cultura popular

Según John Storey, hay 6 maneras para definir “cultura popular”. Los *mangas* y *animés* también se conocen como una forma de cultura popular, ya que se corresponden con dos de las definiciones como:

“La cultura popular es simplemente la cultura que gusta a muchas personas... Podríamos examinar la venta de libros, de discos y de vídeos. También podríamos ver los récords de asistencia a conciertos, acontecimientos deportivos, festivales. También podríamos estudiar las cifras de los estudios de mercado sobre las preferencias de la audiencia sobre distintos programas de televisión”. (Storey 2002: 21)

Los *mangas* y *animés* son una forma de cultura que gusta a muchas personas. En Japón, hay obras para todos los géneros y todas las generaciones. Los *mangas* se puede encontrar en las librerías, los *animés* se emiten en la televisión como un programa; también se proyectan en el cine y luego se venden los DVD de la obra. Además, en Japón se celebran eventos de *mangas* y *animés*, tales como la firma de los autores o un “fan meeting”. Estos aspectos corresponden a la primera manera de definición de la cultura popular de Storey.

“Un tercer modo de definir la cultura popular es como «cultura de masas»... El primer punto que quieren establecer los que se refieren a la cultura popular como cultura de masas es que la cultura popular es una cultura inevitablemente comercial. Se produce en masa para el consumo en masa. Su audiencia es una masa de consumidores incapaces de discriminar”. (Storey 2002: 25)

Los *mangas* y *animés* son una industria en Japón. Los *mangas* se venden en las librerías, los *animés* se ven online en cadenas de pago y también en la televisión. Después de su emisión, se venden los Blue-ray y DVD. Además, con las canciones incluidas en los *animés* también se sacan CD para vender. Y no sólo en las librerías y tiendas de cine y música, los *mangas* y *animés* también tienen productos de Merchandising, tales como las figuras de los personajes, la ropa, los bolsos, etc. Es decir, los *mangas* y *animés* son comercio, y ahora ya no sólo un comercio dentro de Japón, sino por todo el mundo. Así es una cultura comercial y “produce en masa para el consumo en masa”, según la tercera definición de cultura popular.

5.2.1.1 Cultura popular en la época moderna

Con el desarrollo de la globalización y la técnica, sobre todo, el desarrollo de Internet, la integración de diferentes culturas también se ha desarrollado.

“Las culturas, cualquiera sea su nivel de complejidad, aun el más simple lo han logrado. Tales culturas son adquisiciones más o menos exitosas de conducta integrada, y la maravilla es que haya tantas configuraciones posibles”. (Benedict 1971: 50)

Según Ruth Benedict, cualquiera cultura, no importa que sea compleja o simple, puede ser integrada con otra cultura. Y las culturas populares también. Por ejemplo, en los años 50, la cultura popular de los Estados

Unidos influía muchísimo por todo el mundo. Como he mencionado en la primera parte, la cultura popular de Japón también fue influida por la de los Estados Unidos. Con la llegada del siglo XXI, la integración de las culturas populares también tocaba a los *mangas* y *animés* de Japón.

5.2.2 Un repaso de la historia del *manga* y el *anime* en los Estados Unidos y España

No es sólo que la cultura occidental influya sobre los *mangas* y *animés*, la cultura occidental también ha sido influida por ellos. La llegada de la cultura del *manga* y *anime* al mundo occidental comenzó en los años 60. En los Estados Unidos, la primera obra que llegó desde Japón fue *Astro Boy*⁵⁶. Y más tarde llegó *Kimba the White Lion*⁵⁷, cuyo autor Tezuka Osamu, también es el autor de *Astro Boy*.

“Many *anime* fans have seen what they believe to be heavy ‘borrowing’ in Disney’s 1994 *Lion King* from the Tezuka Osamu classic *Kimba the White Lion*. More recently, John Lasseter, the director of the immensely popular *Toy Story* animated films, has acknowledged the influence and inspiration of the great *anime* director Miyazaki Hayao” (Napier 2005: 23).

La influencia del *anime* y del *manga* en el mundo occidental se ve en las películas de animación estadounidenses. Y no sólo en los animaciones. Según Steven Spielberg, la inspiración de su película *Ready Player One* viene del cineasta japonés Hayao Miyazaki: “Admiro todo su mundo, su gusto y sus habilidades para contar historias. ‘El viaje de Chihiro’ es una de las mejores películas animadas que se haya hecho, podría ser mejor que cualquier cinta de

⁵⁶ History of *anime* in the US: <https://www.rightstufanime.com/anime-resources-history-of-anime-in-the-us>

⁵⁷ Ver nota 54.

Disney que haya visto. Él fue una influencia real”⁵⁸.

En los años 90, en los Estados Unidos se celebró la primera convención de *anime*. A través de este evento, varias empresas empezaron a vender productos de *anime*. Desde entonces, con el desarrollo del ordenador e Internet, aparecerían los *animés* subtitolados⁵⁹. Poco a poco, los *animés* han sido más legalizados y menos versiones "piratas" y fue así como se ha convertido en un mercado maduro y expansión.

En el caso de España, “El primer manga publicado en España no fue ni *Mazinger* ni *Heidi* ni *Bola de Drac*. En 1968 apareció en la revista *Cavall Fort* una historia corta llamada *Tonda Haneko*, de Rakuten Kitazawa, y fue en catalán”⁶⁰. Más tarde, en los años 90, llegaron los *mangas* clásicos como *AKIRA* y *Dragon Ball* a España. En el año 2000, surgieron las revistas de *manga*, y con CD de regalo, aunque era todo ilegal. En el 2007, llegó la crisis y bajaba mucho la publicación del *manga* hasta el año 2015⁶¹. Hoy en día, el mercado del *manga* y *anime* de España es muy maduro. Hay varias editoriales que se dedican especialmente a los *mangas* y unas plataformas online que ofrecen los *animés* legalmente.

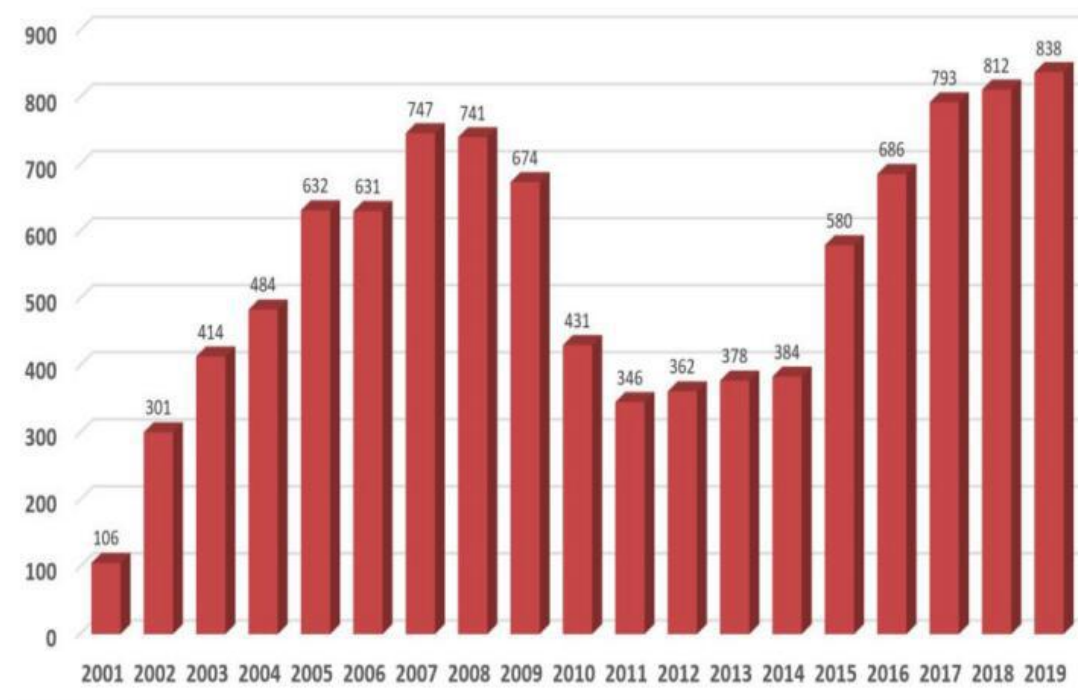
⁵⁸ "Steven Spielberg habla de su admiración por Hayao Miyazaki". Revista Fotogramas(25/04/2018): <https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a19464949/steven-spielberg-admiracion-hayao-miyazaki/>

⁵⁹ A Nerdy History Lesson: The Early Days of Anime in America.
<https://vocal.media/geeks/a-nerdy-history-lesson-the-early-days-of-anime-in-america>

⁶⁰ Historia del manga en España: 50 años de cómics japoneses:
<https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20181101/historia-manga-espana-salon-del-manga-7123642>

⁶¹ Ver nota 57.

Manga en España (2001-2019)



70. Estadísticas de *manga* en España 2019 (Fuente: Bernabé 2019)⁶²

Según el traductor profesional de *manga* Marc Bernabé, sobre la estadísticas *manga* 2019 de España se ve muy bien el desarrollo de la publicación del *manga* en España. El primer auge se concentra del año 2007 al 2009, y en el año 2010 hay una bajada muy evidente. “Creo que es muy acertado hablar en términos de ‘burbuja manga’ en los años 2006 a 2008. Se editaba demasiado *manga* para lo que el público español estaba dispuesto o podía absorber. Creo que el tamaño actual del mercado es más realista (Bernabé 2010) .⁶³” Escribió así Marc Bernabé en su blog el año 2010 sobre la situación de la venta de *manga* entonces. Además, ha concluido que las causas principales de la bajada de venta son tales como la crisis económica, la piratería, etc. Si vemos su artículo del año 2019, se ve que el año 2018 y 2019 han sido los dos años que publican más *mangas*. “Parece que el ‘tirón para arriba’ ya ha

⁶² Estadísticas manga 2019: <http://www.mangaland.es/#/article/3472>

⁶³ Estadísticas 2010: Puntualizaciones: <http://www.mangaland.es/2011/01/estadisticaspuntualizaciones/>

pasado y estamos en un momento de estabilidad en cuestión de novedades. En cuanto a las ventas, por el ambiente que se respira en editoriales y librerías, todo indica que la cosa va claramente para arriba: parece evidente que la masa de compradores y lectores de manga va en clarísimo aumento”. (Bernabé 2019)

Según los artículos de Bernabé, la situación de los *mangas* en España, la publicación y la venta, ha entrado en un período estable y sigue aumentando. Además, en su comentario del año 2019 señala: “el mercado del manga en Europa se ha multiplicado por 2,6 en los últimos años. No me parece descabellado, pues, afirmar que el mercado español ha protagonizado un auge que irá por estas cifras, doblando o triplicando su cuota de mercado en los últimos tiempos” (Bernabé 2019). Es decir, la situación de los *mangas* en toda la Europa han sido muy favorable, sobre todo, en España.

En octubre del año 2019, la editorial Planeta Cómic de España publicó una revista que se llama *Planeta Manga*, en imitación a la famosa revista de *manga* de Japón, la de *Shūkan Shōnen Jump*. *Planeta Manga* es una revista trimestral, los ilustradores son nacionales de España. Además, la editorial ha traducido la revista al japonés para enviar a Japón por la posibilidad de publicar allí.



71. La portada del vol.1 de *Planeta Manga*, la versión original y la japonesa (Fuente: Planeta Cómic)

“In fact, the popularity of anime, both in Japan and abroad, attests to a new kind of hybridity on the part of a global younger generation that is increasingly electronically conversant with the vast variety of worldwide popular culture...Safe within the stateless fantasy space that anime provides, both Japanese and non-Japanese can participate in trying on a variety of what might be calls ‘postethnic’ identities”. (Napier 2005: 26)

Según Napier, la popularidad del *anime* es porque los jóvenes están cada vez más familiarizados electrónicamente con la gran variedad de cultura popular de todo el mundo. Además, los *animés* son una fantasía sin frontera, así que no importa que se sea japonés o no, se puede disfrutar de los universos que han creado los *animés*. En mi opinión, la popularidad de los *mangas* es similar, porque hay una cantidad de *animés* que son adaptación de los *mangas*.

A continuación, quería analizar la situación de la aceptación de los *mangas* y *animés* en los países occidentales.

5.2.3 La situación de la aceptación de los *mangas* y *animés* en los países occidentales.

Aunque los *mangas* y *animés* son cultura popular, la aceptación de estas obras en el mundo occidental todavía no es tan amplia. Según el mismo artículo de Marc Bernabé, *Estadísticas manga 2019*: “En cuestión de tomos, solo sumando los que hemos ido contando desde 2001 las cifras que arrojan estas Estadísticas, salen 10.340 volúmenes de manga publicados (¡y sigue siendo inferior a lo publicado en Japón EN UN SOLO AÑO: en 2018 salieron más de 12.500 tomos nuevos en el país del sol naciente!)”. (Bernabé 2019)

En comparación con la industria de los *mangas* y *animés* de Japón, la cifra la publicación de los *mangas* durante 18 años en España todavía no llega a la cifra de Japón en sólo un año. Aún así, España tiene el liderazgo del mercado de *mangas* en Europa.

Además, los aficionados de los *mangas* y *animés*, en España se reconocen como en la categoría de “frikis”. Según una entrevista a Cristina Martínez, una doctora e investigadora del tema “frikis”⁶⁴:

1. “En España el término ‘frikis’ se toma del anglosajón ‘freak’ que significa algo así como ‘bicho raro’.... lo curioso es que en EE.UU. no se les llama ‘freak’ a los frikis actualmente, sino que se les llama ‘geeks’ o ‘nerds’. La palabra friki existe en España desde los 90 o los 2000, pero se populariza especialmente desde 2006, con el primer ‘Día del Orgullo Frikis’”.

⁶⁴ “ESPAÑA ES UNO DE LOS PAÍSES MÁS FRIKIS DE EUROPA”:

<https://www.frikitrip.com/es/blog-blog-principal/espana-es-uno-de-los-paises-mas-frikis-de-europa>

2. “Mi definición de friki es ‘Aquella persona que presenta un interés profundo y un conocimiento extenso por uno o varios temas minoritarios o subculturales y que deja traslucir su interés por ése o esos temas a través de su comportamiento, su forma de hablar y/o su imagen externa’”.

3. “A mucha gente sigue sin gustarles o simplemente, por desconocimiento, creen que son algo que no son. A los frikis les llaman ‘raritos’, ‘asociales’, hay quien cree que no salen de casa nunca, que están siempre disfrazados, que todos son vírgenes, que todos son hombres, o que son gente morbosa que planea ‘asesinatos del rol’. Todo esto, evidentemente es falso”.

4. “Es muy divertido enumerar ‘tipos de frikis’... el ‘otaku’ sería el que le gusta el manga y todo lo de Japón, el “nerd” sería el más estudioso y cerebritito..., el ‘geek’, ‘el épico’, el ‘potterhead’, el ‘gamer’, el ‘revero’... Pero todas esas subdivisiones son forzadas”.

5. “Hay personas que están muy contentas de ser frikis, de disfrutar sus aficiones y de compartirlas con todo el que las quiera probar, mientras otros se autocensuran más y ven sus propias aficiones como ‘pequeños vicios’, y las ocultan en el trabajo etc.... pero también porque ellos mismos se han visto ridiculizados o menospreciados simplemente porque les guste un determinado cine o literatura”.

A través de estas respuestas, ya se puede sacar un cierto resumen de sus características: el término *friki* viene de inglés, indica las personas que tienen afición a las culturas minoritarias. Los aficionados de los *mangas* u otras culturas de Japón se consideran como *otaku*, también es un tipo de friki. Todavía existen los estereotipos sobre los *frikis*, a los que se consideran como

“personas raras”. Así que, por lo menos, en España, los *mangas* y *animés* todavía suponen una cultura minoritaria. Hay gente que los disfruta con normalidad y los difunden, mientras que hay gente que todavía sufre por su afición “rara”.

Dentro de los frikis del *manga* y del *anime* en España, hay muchos que no les importa mostrar su afición, por ejemplo, llevan camisetas con imágenes representativas de los *mangas* y *animés* diariamente. Este fenómeno, según la teoría de Lotman, podemos ver las camisetas como una forma de texto.

“En tal estadio de complicación estructural el texto muestra propiedades de un dispositivo intelectual: no sólo transmite la información depositada en él desde afuera, sino que también transforma mensajes y produce nuevos mensajes”. (Lotman 1996: 54)

Con ese texto de las camisetas, podemos conseguir la información que la gente que lleva ellas es una fan de *manga* y *anime*, es una forma de identificación personal y de grupo. Las camisetas han cumplido la función de “transmitir la información” y “transforman mensajes” , por ejemplo, los personajes o las escenas de las obras aparecen en las camisetas.



72. Camisetas de los animes del Studio Ghibli (Fuente: Pampling)

Como se ha mencionado en la entrevista, la palabra “friki” viene desde inglés “freak”, el origen está en los Estados Unidos, viene de la película *Freaks*, dirigida por Tod Browning en 1932. Después de más de 35 años, a través del cómic *The fabulous furry Freak Brothers* de Gilbert Shelton en 1968, el término fue popularizado. (Wikipedia: Friki)

En los Estados Unidos, uno de los países occidentales que tenía mayor contacto temprano con la cultura de *manga* y *anime*, hoy en día, ya hay una gran cantidad de aficionados. Cada año más de 100,000 de personas asisten a la convención más grande de los Estados Unidos, el Anime Expo, que tiene lugar en Los Angeles Convention Center. Para que los *mangas* y *animes* sean más populares, en EE.UU. se han adaptado algunas obras a películas.

La adaptación de los *mangas* y *animes* de los Estados Unidos empezó en

el año 2009. La primera obra famosa de *manga* que fue adaptado por EE.UU. es *Dragon Ball*, y el título de la película es *DRAGONBALL EVOLUTION*. La película también se estrenó en Japón en el año 2010. En la página web de IMDb⁶⁵, la película sólo tiene la evaluación de 2,5 puntos. Según un comentario en la misma página: “It is understandable that the film isn't exactly the same as the original comic, but the characters and the plot just suck as a film on its own...The studio spends a lot of money on making Marvels and DC comics into movies, look how successful those films had become. The studios should pay more respect and faith in Asian materials” (movie-goers: 16 March 2009). Se ve que los públicos, sobre todo los fans del manga original de *Dragon Ball* están muy decepcionado por la película, y fue considerado como que no había dedicado lo suficiente porque es una adaptación de un *manga*, no es de un cómic americano.



73. Anime y live-action de *Dragon Ball* (Fuente: IMDb)

⁶⁵ Dragonball Evolution (2009): <https://www.imdb.com/title/tt1098327/>

Cuando se estrenó en Japón, después de ver el tráiler, el mismo autor de *Dragon Ball* Akira Toriyama comentó: 「脚本やキャラクター造りは原作者としては『え?』って感じはありますが、監督さんや俳優の皆さん、ボクやファンの皆さんは別次元の『新ドラゴンボール』として鑑賞するのが正解かもしれません」⁶⁶。 “Como el autor original del guión y del diseño de los personaje, me siento como ‘¿qué?’. Pero, creo que los directores, los actores, los fans y yo, debemos disfrutarla como *Nuevo Dragon Ball* de otra dimensión” (traducción propia).

Según su comentario, se puede entender como que la película es “otra obra”, aunque el guión y los personajes están basados en el *manga Dragon Ball*. Así que este primer intento de la adaptación de *manga* a película de los Estados Unidos ha sido un fracaso tanto dentro como fuera del mismo país.

El año 2017, se estrenó la película de live-action de *Ghost in the Shell* adaptada en los Estados Unidos, basada en el *manga* japonés homónimo de Masamune Shirow. La película está protagonizada por Scarlett Johansson. Sin embargo, en el *manga* original la protagonista de la historia Motoko Kusanagi es una japonesa. Además, el escenario del *manga* original está en una ciudad inventada del futuro Japón, y esta película ha sido rodada en Wellington, Nueva Zelanda y Hong Kong. En cuanto a la selección de la actriz para la protagonista, sí que hay críticas en Internet: “The first picture of Scarlett Johansson in the upcoming American remake of ‘Ghost In The Shell’ has sparked a backlash from fans who complain its another example of Hollywood whitewashing”.⁶⁷

⁶⁶ 実写『ドラゴンボール』は別もの!? 鳥山明が異例のコメント: <https://www.oricon.co.jp/news/62871/full/>

⁶⁷ ‘Ghost In The Shell’ Fans Not Happy About ‘Whitewashed’ American Remake: <https://www.thewrap.com/ghost-in-the-shell-fans-not-happy-about-whitewashed-american-remake/>



74. *Anime y live-action de Ghost in the Shell* (Fuente: IMDb)

Por otro lado, los comentarios de Japón, por ejemplo, los del comentarista de películas Kei Onodera, 「しかし人種問題とはまた別に、姿かたちなどいくらでも交換可能という本作の設定のなかで、彼女の演技は確かに内面に潜むゴーストの存在を感じさせるところがあった。その意味で、彼女は役者として見事に草薙素子を演じていたように思える。」⁶⁸ “A pesar del problema de la etnia, según el diseño de la obra, la apariencia de la protagonista puede cambiar las veces que quiera, a través de la representación de la actriz, de verdad se siente la existencia de una fantasma dentro de ella. Es decir, ella como una actriz, ha hecho una maravillosa representación de Motoko Kusanagi” (traducción propia).

⁶⁸ 『ゴースト・イン・ザ・シェル』なぜ賛否両論に？ 押井守版『攻殻機動隊』と比較考察：
https://realsound.jp/movie/2017/04/post-4722_2.html

Además, según una entrevista⁶⁹ al director Mitsuhsa Ishikawa de la empresa Production I.G, la empresa de la producción del *anime* de *Ghost in the Shell*, dice que: 「実写版の攻殻が日本発でなくて良かったと思います。理由はいくつかありますが、一言で言えば、日本で作っていたら少佐役はスカーレット・ヨハンソンにはならなかった。」 “Es muy bueno que el live-action de *Ghost in the Shell* no fuera producido por Japón. Hay varias causas, pero en resumen, si se produce en Japón, no va a ser la mayor como la de Scarlett Johansson” (traducción propia).

En resumen, el live-action de *Ghost in the Shell* de los Estados Unidos, aunque en el mismo país ha supuesto polémicas por la selección de la actriz protagonista, en Japón, el país del origen de la obra, fue reconocida la representación de la actriz Scarlett Johansson. Además, la película ha recibido la apreciación buena de la empresa de *anime*. De hecho, la obra es una ciencia ficción, y Hollywood tiene mucha experiencia en la producción de este tipo de películas. En el sitio IMDb los usuarios le asignaron una calificación de 6,3/10, sobre la base de 185,663votos. Y el *anime* del año 1995, 8,0/10, sobre la base de 120,393votos.

El año 2019, con las experiencias anteriores de la adaptación de los *mangas* y *animes*, llegan *Alita: Battle Angel* y *Pokémon: Detective Pikachu*. La primera película *Alita: Battle Angel* se estrenó el febrero del año 2019, basada en el manga *GUNNM* del mangaka Yukito Kishiro de los años 90. En 1993 se realizó la adaptación al *anime*. El fondo de la historia es semejante al de *Ghost in the Shell*, en el futuro y la protagonista es una *cyborg*. En el sitio IMDb los usuarios le asignaron una calificación de 7,3/10, sobre la base de 186,411 votos. Y al *anime* del año 1993, 7,3/10, sobre la base de 4,516 votos.

⁶⁹ 「攻殻の実写化、日本発じゃなくて良かった」 Production I.G 石川社長インタビュー。『ゴースト・イン・ザ・シェル』製作総指揮が語る真意は: <http://japanese.engadget.com/2017/03/14/production-i-g/>



75. Manga y live-action de *Alita: Battle Angel* (Fuente: Ivrea y IMDb)

Otra live-action del mismo año, *Pokémon: Detective Pikachu* basada en el videojuego del mismo nombre del año 2016. El videojuego es un spin-off de la franquicia *Pokémon*, comenzó como un videojuego RPG, y se expandió a otros medios de entretenimiento como series de *anime*, juegos de cartas, ropa, entre otros. En la serie de *anime* de *Pokémon*, los personajes son japoneses y los escenarios también están en Japón, la historia se centra en la aventura de un chico se llama Satoshi con su Pokémon Pikachu. Y el videojuego *Pokémon: Detective Pikachu*, el protagonista es un chico llamado Tim Goodman, tiene piel más clara y cabello castaño⁷⁰. Sin embargo, en la película adaptada, el protagonista tiene piel y cabello oscuro.

Estos cambios, primero lo del videojuego *Pokémon: Detective Pikachu*, el cambio del protagonista de un chico japonés en el *anime* a un chico llamado

⁷⁰ 7 diferencias entre el juego y la peli de Detective Pikachu:
<https://atomix.vg/7-diferencias-entre-el-juego-y-la-peli-de-detective-pikachu/>

Tim Goodman, es posible porque será más fácil la difusión comercial en los países occidentales. Y los cambios de la adaptación de la película, el actor ha sido un chico con piel y cabello oscuros. Este cambio, a lo mejor, es por la tendencia de utilizar los actores de todas las etnias en las películas americanas. Además, dentro de la película lo ha interpretado el actor popular como Ryan Reynolds. En el sitio IMDb los usuarios le asignaron una calificación de 6,6/10, sobre la base de 112,835 votos. Y el *anime* del año 1997, 7,4/10, sobre la base de 35,008 votos.



76. El *anime* de *Pokémon*, el videojuego de *Detective Pikachu* y la película adaptada. (Fuente: IMDb)

A través de estos casos de adaptación de los Estados Unidos, podemos sacar algunas conclusiones:

1. Las obras que han elegido son ciencia ficción o de fantasía, que son los géneros que se producen más en los Estados Unidos. Además, el ambiente que tiene estos tipos de obras, por ejemplo, en una ciudad del futuro, moderna y tiene gran variedad de las etnias de los ciudadanos, son más fáciles de adaptar para los Estados Unidos, o sea, más fáciles para *americanizar*.

2. Las obras que han elegido son las que tienen popularidad mundial, tales como *Dragon Ball* y *Pokémon*. Además de las obras que he mencionado antes, los Estados Unidos ha adaptado también *Death Note* a una telenovela de live-action en el año 2017, y tiene plan de adaptar también las obras de *anime* como *Your Name*, *Akira*, *Ataque a los Titanes*, *Naruto* y etc.

3. Los actores protagonistas son todos occidentales. Aunque en las películas haya otros actores asiáticos, los principales son occidentales. Sin embargo, como los fondos de las obras que han elegido son más internacionales que japonesas, los actores occidentales han sido reconocidos o aceptados por las empresas originales de la producción de las obras en Japón.

4. Las adaptaciones de los Estados Unidos tiene más audiencia que las obras originales. Esto se ve en la cifra de los votos de las páginas de la evaluación de las obras, como se muestra en la IMDb. Es decir, las live-action que son adaptadas en los Estados Unidos son más populares que los *mangas* y *animes* originales.

Además de la adaptación de un *manga* o *anime*, hay otras películas y telenovelas, que aunque no son adaptaciones reflejan la influencia de los *mangas* y *animes*, como por ejemplo, *Requiem for a Dream* del año 2000, el director Darren Aronofsky ha recreado la escena de la bañera de la película de *anime Perfect Blue* de Satoshi Kon del año 1997. Y el año 2010, *Cisne negro* del mismo director también se ve la influencia de *Perfect Blue*, “ambas protagonistas se enfrentan a problemas de identidad debido a la presión por triunfar artísticamente, llegando a confundir la realidad y la ficción y apareciéndoles sus alter egos/dobles”⁷¹.

⁷¹ La quiebra de la identidad: «Perfect Blue» y «Black Swan»:

https://www.rirca.es/la-quiebra-de-la-identidad-perfect-blue-y-black-swan/?fbclid=IwAR1VDTe50mVpUd7JxySGP1Y7EwTfflUTlzKXuMjJrAPRoF6XFpFpuzmi-_s

Y también hay influencias de las series de *anime*, tales como la película *Pacific Rim*, del año 2013. La película trata de la década de 2020, donde los monstruos *Kaijus* han surgido a partir de un portal interdimensional en el fondo del Océano Pacífico y atacan a los seres humanos. Para luchar contra los monstruos, la humanidad ha creado a los *Jaegers*, que son robots gigantescos y cada uno controlado por dos pilotos cuyas mentes están unidas por un puente neuronal. El diseño de batalla entre las máquinas gigantescas con los monstruos es muy semejante a una serie de *anime* del año 1995 que se llama *Neon Genesis Evangelion*, conocida simplemente como *EVA*. La historia de la obra ocurre en un mundo futurista en el que una organización paramilitar llamada NERV protege a la humanidad de los ataques de seres de origen y naturaleza desconocidos, los “ángeles”, utilizando para ello gigantescas máquinas humanoides llamadas EVA. Los EVA son controlados por una combinación de controles manuales, y los pilotos también reciben impulsos desde el EVA, cuando el piloto se halla inconsciente los EVA pueden entrar en un estado que se mueve por sí solo.

En la película *Pacific Rim* hay varios actores asiáticos, además, según el guión, la historia tiene unas partes que ocurren en Hong Kong y Tokio. Así que se ve varias influencias desde Asia en la película.



77. La serie de anime *Neon Genesis Evangelion* y la película *Pacific Rim*
(Fuente: IMDb)

5.2.4 La influencia de la cultura japonesa a través de los *mangas* y *animes*

Como he mencionado antes, el contacto entre España y Japón empezó el año 1549 con la llegada de San Francisco Javier al sur de Japón. En el año 1868, Japón y España firmaron el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación y así se inició una era de intercambios políticos, económicos y culturales. Y después de la Segunda Guerra Mundial, el año 1952, se recuperó la relación entre Japón y España. Hoy en día, la comunicación entre los países se concentra en cultura, turismo, comercio, arte y deporte.

En los años 60 del siglo XX, los *mangas* y *animes* llegaron a España. Con la llegada de ellos, la influencia de la cultura popular de Japón también empezaba. Según un resumen de la Embajada del Japón en España titulado como *Japón y su relación con España* del año 2014, hay unos 5,000 españoles estudian japonés por su cultura.

II. Relación entre Japón y España

6. Cultura japonesa en España

- Arte tradicional japonesa
 - Kado (ikebana, arreglos florales)
 - Sado (ceremonia del té)
 - Budo (artes marciales)
 - Teatro (Kabuki, Noh, Bunraku)
- Cultura pop
 - Manga (cómic japonés)
 - Anime (cine de animación)
 - Videojuegos
 - Diseño y Moda
- Literatura japonesa
- Gastronomía japonesa

- Centro Cultural Hispano-Japonés (U de Salamanca)

- establecido en 1999 con motivo de la visita de Sus Majestades los emperadores en 1994 a Salamanca

- Oficina de la Fundación Japón en Madrid (2010)



Haruki Murakami con el Premio Internacional de Catalunya en 2011



Unos 5,000 españoles estudian el japonés



78. Relación entre Japón y España (Embajada del Japón en España 2014: 25)

Según un vídeo del mismo canal de Nekojitablog en Youtube⁷², hay muchos españoles que están en Japón para aprender japonés por la cultura del *manga* y es la mayor causa de los españoles para estudiar japonés. Y según un vídeo de introducción de un centro cultural de Japón que se llama Espai Daruma⁷³ en Barcelona, que ofrece también las clases de japonés, los alumnos hablan de la experiencia de aprender japonés allí, y mencionan que a veces se utiliza el *manga* original para la enseñanza. Además, hay materiales para aprender japonés a través del *manga*, tales como *Japonés en Viñetas*.

⁷² ¿POR QUÉ ME INTERESÉ EN SU PAÍS? | España y Japón: <https://www.youtube.com/watch?v=PtF5u2ovaus>

⁷³ ¿Qué es Espai Daruma? : <https://espaidaruma.cat/que-es-espai-daruma/>



79. La portada de *Japonés en Viñetas* (Fuente: Norma Editorial)

Así que el interés por el *manga* y el *anime* es una de las causas y maneras principales de aprender el idioma japonés: “36.1% of the participants indicated that more than one aspect of Japanese popular culture (anime, video games, manga, and music) promoted their interests in Japan. 84.6% of those who had interests in popular culture first were interested in anime...Only 3.1% of the participants had interests in the Japanese language first. Some participants expressed that their interests had changed. For example, one of the participants said there was a change in her interests from anime and manga to language and culture in general”. (Abe 2009: 25)

Según la tesis de Kana Abe sobre la educación de japonés, también ha mostrado que la mayor causa de los estudiantes para elegir aprender japonés es por la cultura popular de Japón, tales como los *mangas* y *animés*. Y solo 3.1%

de los participantes tenía interés primero sobre el mismo idioma. “Before they began learning Japanese, they were interested in only some aspects of Japanese culture, especially popular culture. However, after they took a Japanese course, their interests broadened to other aspects of Japanese culture”. (Abe 2009: 40) Y a través de aprender japonés, los alumnos también empiezan a tener interés en otras partes de la cultura japonesa.

5.2.4.1 El turismo hacia Japón por los *mangas* y *animes*

Y no es sólo el idioma. Muchos fans de *manga* y *anime* también tiene el interés sobre el mismo país. Como he mencionado antes, hay fans de *mangas* y *animes* en Japón viajan como un *Seichi Junrei* a los escenarios que existen en realidad, incluso a los que están en los países extranjeros. Y al contrario, hay personas de países occidentales que por su interés sobre *manga* y *anime* van a viajar por Japón.

En Internet es muy fácil encontrar informaciones sobre viajar a Japón por los *manga* y *anime*. Según un artículo de *La Vanguardia*⁷⁴ del año 2018, “La oficina de turismo de Japón lanza una campaña para recorrer el país mediante la cultura ‘otaku’”. Es decir, la oficina de turismo de Japón ha diseñado una ruta para los viajeros que querían ir por lugares de los *mangas* y *animes*. Dentro de esta ruta, hay muchos lugares de interés, tales como el Museo del Manga Tezuka Osamu, Centro Anime de Tokio, barrio de Akihabara, etc. Además, han recomendado unos eventos y festivales de *manga* y *anime*. Además de la Oficina de Turismo de Japón, muchas agencias de viajes también ofrecen rutas especiales a los fans del *manga* y el *anime*.

⁷⁴ Conocer Japón a través del anime y del manga:

<https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20180322/441729152570/conocer-japon-ruta-anime-manga.html>



80. “Anime Japan Map”, campaña iniciada por la la oficina de turismo de Japón (Oficina de Turismo de Japón)

Las rutas de viajar por Japón, además de los lugares de interés *manga* y *anime*, también hay gente que hace *Seichi Junrei* por Japón, los escenarios que están en Japón de los *mangas* y *animes*. Los sitios más populares, tales como Jardín Nacional Shinjuku Gyoen que aparecen en la película de *anime El jardín de las palabras* (2013) de Makoto Shinkai o las escaleras de Suga Jinja en *Your Name* (2016) del mismo director.



81. Jardín Nacional Shinjuku Gyoen en *El jardín de las palabras* (Fuente: Wikipedia y el anime de *El jardín de las palabras*)



82. Las escaleras de Suga Jinja en *Your Name* (Fuente: *Anime de Your Name* y Tripadvisor)

Para los viajeros que van a un *Seichi Junrei* por Japón, es ineludible contactar con la cultura tradicional de Japón, por ejemplo si va a visitar el jardín nacional en *El jardín de las palabras*, va a contactar con un jardín de estilo japonés. Si va a visitar las escaleras en *Your Name*, es posible que visite también el mismo Suga Jinja, el santuario de sintoísmo.

5.2.4.2 Los eventos de los *mangas* y *animes* en España e Inglaterra

Si los fans no tienen oportunidad de visitar Japón, también hay otras maneras para que ellos puedan disfrutar y comunicar con otros sobre la cultura de *manga* y *anime*. Hoy en día, en España, cada año se celebran varios eventos y festivales de *manga* y *anime*, los más conocidos, tales como Manga Barcelona, durante la celebración del año 2019, ha recibido 152.000 visitantes⁷⁵. Otro evento que se llama Japan Weekend, cada año se celebra en Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao y Granada, además, está preparando para celebrar también en Burgos. Generalmente, en este tipo de eventos, además de las actividades sobre *manga* y *anime*, también es posible experimentar la cultura japonesa, tales como la comida, el idioma japonés, la historia de Japón y etc. Así que, a través de estos eventos de *manga* y *anime*, los visitantes también tienen la oportunidad de contactar con la cultura tradicional de Japón. Durante el día 23 de mayo hasta 29 de agosto del año 2019, en el British Museum también ha celebrado una exposición de *manga* que se llama “The Citi exhibition Manga マンガ”, se considera como la exposición más grande de *manga* fuera de Japón.

En resumen, los *mangas* y *animes* se han convertido en un intermediario para la propagación de la cultura tradicional y social japonesa. Como he

⁷⁵ 152.000 VISITANTES CELEBRAN EL 25 ANIVERSARIO DE MANGA BARCELONA, QUE SIGUE BATIENDO RÉCORDS:
<https://www.manga-barcelona.com/es/noticias.cfm/id/32852/152-000-visitantes-celebran-25-aniversario-manga-barcelona-sigue-batiendo-records.htm>

mencionado antes, los *mangas* y *animés* son iguales que otros tipos de arte, son capaces de incorporar cualquier tema, por eso, la cultura tradicional de Japón también se ve mucho dentro de ellos. Y los fans de los *mangas* y *animés* pueden contactar con la cultura tradicional de Japón a través de leer un *manga* o ver una serie de *anime*. Por ejemplo, si un lector lee un *manga* sobre los samuráis, es posible que tenga interés sobre ellos y estudiar más sobre los samuráis y más allá, sobre la historia de Japón, el idioma japonés, la sociedad, las costumbres, etc. También es posible que un fan de *Naruto*, por su afición por la obra, tenga interés sobre la cultura y la historia de Ninjas de Japón. Se puede decir, según el caso de los *mangas* y *animés*, que es posible que la gente conozca una cultura tradicional a través de contactar con su cultura popular.

El gobierno de Japón también aprovecha los *mangas* y *animés* para la difusión de la cultura tradicional. Por ejemplo, como he mencionado antes, se ofrece la información de la ruta de visita a Japón sobre *manga* y *anime*. Además, los consulados también asisten a los eventos de *manga* y *anime* que se celebran en los países extranjeros.



83. El stand del Consulado de Japón en XXIV Manga Barcelona (Fuente: Manga Barcelona)

De hecho, dentro del mismo Japón, ya tienen muchas colaboraciones con los *mangas* y *animes* para la propaganda social. Ya es un fenómeno muy normal que los *mangas* y *animes* colaboran con cualquier proyecto o comercio, incluso hay anuncios⁷⁶ en la televisión que son un *anime* corto en lugar de los que se representan por los actores. Por eso, es posible que en el futuro, la influencia de los *mangas* y *animes* sea más amplia, incluso en los países extranjeros.

⁷⁶ 大成建設 x 新海誠: https://www.taisei.co.jp/about_us/library/cm/tvcm/



84. La publicidad del Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón colaborando con el anime de *Ataque a los Titanes* sobre la manera correcta para toser y estornudar.

Conclusiones.

A través de investigar varios casos, ya podemos alcanzar una serie de conclusiones sobre nuestras hipótesis iniciales respecto a los modos de la comunicación intercultural a través de los *mangas* y *animés*.

En la primera parte de la tesis sobre la historia de los *mangas* y *animés*, comprobamos que el origen de los *mangas* japoneses se encontraba en los que llegaron desde Inglaterra a finales del siglo XX; posteriormente, ya a mediados del siglo XX, los *anime* también llegaron desde el mundo occidental. Podemos decir que la misma industria de los *mangas* y *animés* de Japón es una consecuencia del intercambio cultural, que los textos de animación y cómics entraron en Japón produciéndose la mezcla; y añadiéndose las características japonesas, se han convertido ambas artes en esenciales de las culturas populares representativas de Japón.

La segunda parte, nos centramos en los procesos y maneras de dibujar *manga* y la situación actual que determina la adaptación desde el *manga* al *anime*.

El lenguaje técnico de la producción se llenaba de extranjerismos para describir el proceso de dibujar el *manga*, dando cuenta del origen y de la interacción e influencia constantes entre las dos culturas, la japonesa y la occidental, especialmente la norteamericana, con la que Japón mantiene un lazo muy importante tras la II Guerra Mundial y el proceso de *americanización* de su cultura, un factor importante para entender el fenómeno, tal como hemos visto en diferentes partes de esta tesis.

Para el análisis de la adaptación, he tomado la obra *Las vacaciones de Jesús y Buda* como un ejemplo de la convivencia de dos elementos culturales, cristianismo y budismo, dentro de un mismo texto que usa las referencias culturales de forma conjunta. El texto, tanto del *manga* como del *anime*,

muestran ese carácter intercultural que rompen las propias barreras de la cultura local, abriéndose a otras. A través de este análisis realizado, se ve la influencia de la iconografía occidental a la obra, sobre todo, en la parte religiosa, que ya tiene sus propios símbolos e icono, algo que se incorpora gráficamente a través de sus lenguajes específicos. La iconografía también forma parte de la comunicación intercultural dentro de los *mangas* y *animés* acogiendo los elementos característicos de cada cultura. En esta parte se ha resaltado este carácter de sincretismo cultural de *mangas* y *animés*, asimilando los elementos de otra cultura y transformándolos para sus propios sistemas de codificación específicos.

En la tercera parte de mi tesis se desarrolla este carácter intercultural pero desde una perspectiva diferentes, las relaciones entre los *mangas* y los *animés* y el fenómeno del turismo. A través de esta parte, se ve la influencia y los efectos de tomar los lugares occidentales como escenarios en los *mangas* y *animés* sobre el turismo, su resultado sobre las audiencias de Japón después de ver estas obras, ya se ha generado un tipo específico de movimiento turístico cuando van a los países de referencias y los conocen y recorren. En ese caso, los *mangas* y *animés* son capaces de promover el turismo mostrando lugares de interés para los espectadores y el turismo igualmente promoverá la comunicación entre los visitantes japoneses y las personas locales. Como hemos podido apreciar, los *mangas* y *animés* desbordan el fenómeno textual o de consumo mediático, generando otro tipo de movimientos, lo que define el fenómeno ampliándolo más allá del arte o la estética. Se produce un salto organizado hacia el movimiento turístico que es también una forma de comunicación intercultural. Esta organización lleva a la industria turística, a las empresas que ofrecen servicios específicos para los fans de las series o publicaciones, que quieren conocer los espacios que han identificado en las obras.

Para la cuarta parte, dedicada a los estereotipos sobre los países occidentales, se ha utilizado la serie de *manga y anime Hetalia*. Como en todo proceso de comunicación intercultural, los estereotipos son formas fijas usadas para describir a otros, a los grupos distintos, dentro o fuera. La serie *Hetalia* reproduce a los personajes desde los estereotipos existentes sobre cada país, permitiendo concentrarlos en cada uno de ellos de forma clara. El fenómeno de los estereotipos establece una forma de comunicación, pero también plantea el problema de la reproducción fija y el desajuste de la propia realidad, que queda tapada. Cada uno de los personajes de la serie se identifica con un país, lo que ha llevado también a reacciones negativas de algunos que lo consideran poco constructivos y esencialmente tópicos. Desde el punto de vista del análisis, el interés es precisamente la ruptura del tema "nacional" en un intento diferente al que hemos estudiado anteriormente, el de la incorporación de los espacios característicos de los países que favorecen un mejor conocimiento y un mayor interés, llegando hasta el posible viaje a los lugares de "peregrinación" de los fans del *manga* y del anime.

Según el análisis de la serie *Hetalia*, se puede ver que el resultado corresponde con la hipótesis, ya que el *anime* y el *manga* introducen elementos occidentales dentro de esquemas de estereotipos ajustándolos a la percepción de su propio mercado. De esta forma, para el diseño de los personajes de *Hetalia*, se han seleccionado los estereotipos según la historia y la aceptación de los lectores y audiencia. Como la historia de *Hetalia* se concentra en la época de las dos guerras mundiales, la mayoría de los estereotipos seleccionados también provienen de aquella época, dándole un color militarista a los textos y personajes. Además, se ha elegido ciertos estereotipos también difundidos en Japón, tales como "la moda", relacionándolo Francia, o "el galanteo", de Italia. Así se hace con la mayoría de los países, cuya representación se ajusta a esos estereotipos internacionales ya aceptados por Japón y su audiencia.

La quinta parte de mi tesis trata sobre la influencia de las películas occidentales en los *mangas* y *animés* y de forma recíproca sobre la influencia de los *mangas* y *animés* como una corriente de cultura popular sobre mundo occidental. A través de esta parte, se puede sacar la conclusión que las películas occidentales ha tenido una influencia grande en los *mangas* y *animés*, sobre todo los géneros de acción, ciencia ficción y fantasía. También, más allá de los géneros de ficción, la influencia de occidente, tanto de Estados Unidos como de Europa, se ha manifestado a través de la selección de los escenarios —usados de forma realista o fantástica— y de la conversión o adaptación de obras clásicas de la cultura a una versión más cerca de la estética característica del *manga* o del *anime*. Muchas de estas obras adaptadas desde Japón han regresado a los países occidentales para su consumo cultural con buena aceptación, por lo que se forma un círculo de retorno de las obras, que son asimiladas al formato de los *mangas* y *animés* y después pueden ser consumidas en los países que las produjeron o que las conocen en versiones previas "occidentales". Este es un mecanismo importante de la comunicación intercultural que implica la transformación de los mensajes (Lotman) con el paso de una "semiosfera" a otra, de Oriente a Occidente.

Por otro lado, es de interés comprobar cómo los Estados Unidos han adaptado varios *animés* a películas de estilo "norteamericano". Este fenómeno tiene gran interés pues muestra las diferencias importantes entre el consumo de *animés* entre los Estados Unidos y Europa. Los europeos pueden acercarse a la cultura de *mangas* y sobre todo *animés* originales, mientras que el público norteamericano parece tener dificultad para relacionarse con los textos originales y requiere de una "occidentalización" de los *animés* para su consumo. Es lo que percibimos a través de la adaptación norteamericana de *Dragon Ball*, que no consiguió el reconocimiento del público norteamericano aficionado al *anime* ni del público más general, como se pretendía.

Además, hay otras muchas películas occidentales que tienen referencias de los *mangas* y *animés*, como vimos en el caso de *Pacific Rim* (2013) y otros. Esto es muchas veces el resultado de la influencia de los géneros sobre los directores o guionistas, que tratan de dar forma a sus experiencias propias, muchas veces de sus aficiones por estos géneros procedentes de la cultura japonesa.

Cada vez más, se publican más *mangas* y se celebran más eventos de los *mangas* y *animés* en los países occidentales. Esto va produciendo un sentimiento colectivo y generacional que hace que se creen fans de este tipo de corrientes de la cultura popular que ha conseguido adaptarse a casi todos los espacios culturales por su doble capacidad de recoger influencias y transformarlas a un estilo propio.

Estos fenómenos, se corresponden con mi hipótesis sobre que el *anime* y el *manga* han sido elementos importantes en el desarrollo intercultural de Japón respecto a Occidente (introducción a sus textos) y de exportación de la cultura japonesa a Occidente. La industria de los *mangas* y *animés* de Japón había sido introducido por Occidente, se desarrolló con su propio estilo y se exportó a los países occidentales.

Otra de nuestras hipótesis o puntos de partida en la investigación ha sido que el *anime* y el *manga* son textos que favorecen la comunicación intercultural por su carácter popular y de consumo alto. Según mi análisis en la quinta parte, por la exportación de los *mangas* y *animés* a los países extranjeros, hay una cantidad de los occidentales van a visitar a Japón por su afición a los *mangas* y *animés*, hay gente que incluso vive allí debido a su atracción por la cultura japonesa. Además, con los eventos de los *mangas* y *animés* en los países occidentales, Japón también ha conseguido difundir más su cultura tradicional a través de asistir a ellos con los stands sobre su cultura. De esta forma, la

cultura popular es muchas veces un puente hacia la cultura tradicional, algo que ha estado en la base muchas veces de los propios productos. A través de lo popular se llega a su conexión con lo tradicional, dos fórmulas distintas pero que pueden llegar a conectarse, especialmente en una cultura tan definida como la japonesa en todos sus niveles.

Los *mangas* y *animés* no son solo un atractivo para los occidentales. Como he mencionado en la tercera parte, los japoneses también hacen *Seichi Junrei* a los países extranjeros que aparecen en las obras de *manga* y *anime*. Por eso, se puede decir que los *mangas* y *animés* favorecen la comunicación intercultural entre Japón y los países occidentales.

Como arte popular, han conseguido atraer y establecer vínculos culturales en una época de globalidad, de intercambio de mensajes e ideas, de historias y mitos, como esta en la que vivimos.

En cuanto a las tres **hipótesis planteadas**, si bien ya han sido contestadas a lo largo de estas conclusiones, podemos contestarlas de forma resumida:

H 1. *El anime y el manga han sido elementos importantes las relaciones interculturales de Japón respecto a Occidente (introducción a sus textos) y un elemento importante en la exportación de la cultura japonesa a Occidente.*

Creemos que esta hipótesis ha sido confirmada a lo largo de la investigación

H 2. *El anime y el manga son textos que favorecen la comunicación intercultural por su carácter popular y de consumo alto en una sociedad mediática.*

Creemos que se ha visto claramente confirmada tras el análisis de los

diferentes textos analizados y sus efectos sobre las audiencias y lectores, creando unas formas definidas de comunicación en diversos niveles, del incremento del turismo hasta el fenómeno editorial, series, etc.

H 3. *El anime y el manga introducen los elementos occidentales dentro de esquemas de estereotipos ajustándolos a la percepción de su mercado inicial (Japón).*

Esta hipótesis se confirma a través de la serie *Hetalia*, pero no es una respuesta absoluta, ya que existen muchas otras posibilidades. El estereotipo ha sido estudiado precisamente como un proceso característico de las relaciones entre grupos (no siempre internacionales). Puede que sea un mal permanente de las relaciones entre los países, pero lo que sí nos parece también después de nuestro análisis es que hay mayores probabilidades de que se cambien los estereotipos cuando existe un mejor conocimiento entre los distantes, algo a lo que ayudan los *mangas* y *animes*. Otras veces, los estereotipos sirven para tratar de ir más allá y encontrar nuevas perspectivas de los otros.

Mangas y *animes* crean un sistema de comunicación intercultural que unas veces funciona despertando el interés por los otros, aunque a veces pueda distorsionar o reducir su imagen encerrada en los estereotipos. Lo que sí creemos que ha quedado claro a lo largo de esta investigación es que, desde su nacimiento hasta hoy, ha jugado un papel de importante en la importación y exportación de la cultura japonesa. Ha sido un vehículo popular para difundir la cultura del Japón, que apenas cien años antes estaba cerrada al mundo exterior y que hoy es una de las más dinámicas del mundo gracias a su capacidad de adaptación, que ha hecho que esté presente en casi todos los países con sus fieles seguidores e imitadores.

Bibliografía.

Libros:

1. Obras en japonés (por el orden gojuon) :

岩佐陽一『昭和特撮大全 蘇る伝説のヒーローたち』三オブックス。2008年。Iwasa, Youichi. *Libro Completo de los Tokusatsu en Shouwa: Revivir los héroes de la leyenda*. Sansai Books. 2008

須山計一『日本漫画一〇〇年』芳賀書店。1968年。Suyama, Keiichi. *Los Cien Años del Manga Japonés*. Haga Shoten. 1968.

清水勲 『日本近代漫画の誕生』山川出版社。2001年。Shimizu, Isao. *El Nacimiento de los Mangas Contemporáneos en Japón*. Yamakawa Shuppansha. 2001.

津堅信之 『日本アニメーションの力』NTT出版。2004年。Tsugata, Nobuyuki. *La Fuerza de los Animes de Japón*. NTT Shuppan. 2004.

中野晴行 『マンガ産業論』筑摩書房。2004年。Nakano, Haruyuki. *La Teoría de la Industria de Manga*. Chikuma Shobou. 2004.

夏目房之介 『マンガ 世界 戦略』小学館。2001年。Natsume, Fusanosuke. *La Estrategia Mundial del Manga*. Shogakukan. 2001.

樺島忠夫 『日本語はどう変わるか 語彙と文字』岩波新書。1981年。Kabashima, Tadao. *Cómo Cambiará el Japonés: Vocabularios y Caracteres*. Iwanami Shinsho. 1981.

山村高淑『アニメ・マンガで地域振興』東京法令出版。2011 年。Yamamura, Takayoshi. *La Promoción Local con el Anime y el Manga*. Tokyo Hourei Shuppan. 2011.

山口且訓、渡辺泰 『日本アニメーション映画史』 有文社。1977 年。
Yamaguchi, Katsunori. Watanabe, Yasushi. *La Historia de las Películas de Anime de Japón*. Yubunsha. 1977.

2. Obras en español e inglés

Alvar Ezquerro, Manuel. *La formación de palabras en español*. Arco Libros. Madrid. 1993.

Barthes, Roland. *Introducción al análisis estructural de los relatos. Análisis estructural del relato*. Editorial Tiempo Contemporáneo. Buenos Aires. 1970

Benedict, Ruth. *El hombre y la cultura*. Centro Editor de América Latina S.A. Buenos Aires. 1971.

Durán, Mercedes. Cabecinhas, Rosa. "Actitudes y Estereotipos Sociales en la Comunicación". En Martínez Pecino, Roberto. Guerras de los Santos, José Manuel. *Aspectos psicosociales de la comunicación*. Ediciones Pirámide. Madrid. 2014.

Eiichiro Oda. *One Piece* núm 71. Editorial Planeta. Barcelona. 2014.

Hernández, Jesús. *Breve Historia de la Segunda Guerra Mundial*. Ediciones Nowtilus S.L. Madrid. 2014.

Hernández, Jesús. *Las Cien Mejores Anécdotas de la Segunda Guerra Mundial*. Inédita Editores, S.L. Barcelona. 2004.

- Hane, Mikiso. *Breve Historia de Japón*. Alianza Editoria, S.A. Madrid. 2013.
- Horno López, Antonio. *El Lenguaje del Anime: Del papel a la pantalla*. Diablo Ediciones. Madrid. 2017.
- Kōhei, Horikoshi. *My Hero Academia* vol.1-vol.17. Planeta Comic. Barcelona. 2016-2019.
- Kozue, Amano. *Aria* vol.1-vol.12. Editorial Ivrea. Barcelona. 2006-2010.
- Lippman, W. *La opinión pública*. Editorial Langre. Madrid. 2003.
- Lotman, Iuri M. *Semiosfera I: Semiótica de la cultura y del texto*. Ediciones Cátedra. Madrid. 1996.
- Lotman, Iuri M.. *Semiosfera III: Semiótica de las artes y la cultura*. Ediciones Cátedra. Madrid. 2000.
- Martínez i Surinyac, G. *El guión del guionista. El desarrollo del guión desde la idea hasta el guión literario*. Editorial Cims 97. Barcelona. 1997.
- Nakamura, Hikaru. *Las Vacaciones de Jesús y Buda* vol 1. Norma Editorial. Barcelona. 2012.
- Nakamura, Hikaru . *Las Vacaciones de Jesús y Buda* vol 2. Norma Editorial. Barcelona. 2012.
- Napier, S. *ANIME. From Akira to Howl's Moving Castle. Experiencing Contemporary Japanese Animation*. Palgrave McMillan. New York. 2005.
- Panofsky, Erwin . *El significado en las artes visuales*. Alianza Editorial, S.A. Madrid. 1987.

QUIN, R. y MCMAHON, B. *Historias y estereotipos*. Ediciones de la Torre. Madrid. 1997.

Rousmaniere, Nicole Coolidge. Matsuba, Ryoko. *The Citi exhibition Manga マンガ*. The British Museum. Thames & Husdon. London. 2019

Serracant, Pau. *Miyazaki en Europa*. Dolmen Editorial. Palma de Mallorca. 2017

Storey, John. *Teoría cultural y cultura popular*. Ediciones OCTAEDRO, S.L. Barcelona. 2002

Hemerográficas:

1. Obras en japonés (por el orden gojuon):

大石玄「アニメ《舞台探訪》成立史—いわゆる《聖地巡礼》の起源について」『釧路工業高等専門学校紀要』第 45 号。2011 年。Oishi, Gen. “La Historia del Nacimiento de la Visita a los Escenarios de los *Animes*— Sobre el Origen de lo que se llama *Seichi Junrei*”. *El Boletín de Universidad de Kushiro, Insitituto Nacional de Tecnología No. 45*. 2011.

岡本健 「アニメ聖地における巡礼者の動向把握方法の検討—聖地巡礼ノート分析の有効性と課題について」『観光 創造研究』2, pp.1-13。2008 年。Okamoto, Takeshi. “La Investigación sobre los Métodos de Agarrar a la Tendencia de los Peregrinos en las Tierras Santas de los *Animes* -Sobre la Eficacia y los Problemas del Análisis de la Nota de *Seichi Junrei*”. *Visita La Investigación de Creación No.2*. pp.1-13. 2008.

岡本健「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」北海道大学観光学高等研究センター叢書 Vol.1『メディアコンテンツとツーリズム』pp.31-62。2009 年。Okamoto, Takeshi. “El Nacimiento y el Desarrollo de *Seichi Junrei* de los *Animes*”. *El Contenido de Media y el Turismo. Vol.1*. pp.31-62. Colección de Libros del Centro de Investigación Avanzada de Estudios de Turismo de la Universidad de Hokkaido. 2009.

岡本健「情報化が旅行者行動に与える影響に関する研究：アニメ聖地巡礼行動の事例分析から」『2009 年日本社会情報学会 (JSIS & JASI) 合同研究大会 研究発表論文集』pp.364-367。2009 年。Okamoto, Takeshi. “La Investigación sobre la Influencia de las Informaciones en el Comportamiento

de los Turistas: Desde el Análisis de los Casos del Comportamiento de *Seichi Junrei*”. *La Colección de Tesis de Investigaciones de 2009. La Investigación Conjunta de la Sociedad Japonesa de Información Social(JSIS & JASI)*. pp.364-367. 2009.

押井守・伊藤和典・上野俊哉 「徹底討論 映画とは実はアニメーションだった」『ユリイカ 特集：ジャパニメーション!』1996年8月号。Oshii, Mamoru. Itou, Kazunori. Ueno, Toshiya. “Discusión Completa: Las Películas Realmente fueron las Animaciones”. *Número especial de Eureka: Japanimation!* Agosto de 1996.

片山明久 「コンテンツツーリズムに対する観光学的考察：旅行者による『ものがたり』の創造」同志社政策科学研究『Doshisha University policy & management review 20周年記念特集号』 pp.19-26。2006年。Katayama, Akihisa. “Investigación Turística sobre el Contents Turismo: La Creación de las ‘Historias’ según los Turistas”. *Investigación de Ciencia Política de Doshisha. El Número Especial de los 20 Aniversario de Doshisha University Policy & Management review* . pp.19-26. 2006.

嘉幡貴至「アニメ聖地巡礼の生起要因についての一考察:認知心理学的観点から」北海道大学観光学高等研究センター叢書 Vol.1『メディアコンテンツとツーリズム』 pp.65-69。2009年。Kabata, Takashi. “Una Investigación sobre los Factores de Ocurrencia de *Seichi Junrei* de los Animes: Desde el Punto de Vista de la Psicología Cognitiva”. *El Contenido de Media y el Turismo. Vol.1*. pp.65-69. Colección de Libros del Centro de Investigación Avanzada de Estudios de Turismo de la Universidad de Hokkaido. 2009.

紀平健一「戦後英語教育における Jack and Betty の位置」『日本英語教育史研究 第3号』。1988年。Kihira, Kenichi. “La Situación de Jack and Betty en la Educación de Inglés de Posguerra”. *La Investigación de la Historia de la Educación del Inglés No. 3*. 1988.

国土交通省・経済産業省・文化庁「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興の在り方に関する調査」。2005年。El Ministerio de Tierra, Infraestructura, Transporte y Turismo. El Ministerio de Economía, Comercio e Industria. Agencia de Asuntos culturales de Japón. *La Investigación sobre la Promoción de las Regiones a través de los Contenidos de las Producciones Visuales*. 2005.

小山友介・堀内和哉「アニメ聖地巡礼に関する調査研究」 SICE システム・情報部門、第5回社会システム部会研究会。2012年。Koyama, Yuusuke. Horiuchi, Kazuya. *La Investigación sobre Seichi Junrei de los Animes*. SICE El Departamento de Información de Sistemas. La quinta conferencia del Departamento de Sistemas. 2012.

西南学院「戦後の苦しい時代とアメリカ文化の流入 イデオロギーが交錯した時代」西南学院旧制専門学校経済科第2回卒業 榎田裕一氏に聞く。2012年。Seinan Gakuin. La segunda graduación de la Facultad de Economía del Instituto especial del sistema antiguo de Seinan Gakuin. “La Época Dura de la Posguerra y la Entrada de la Cultura Americana. La Época que Cruzaron las Ideologías”. Pregunta al señor Yuuichi Enokida. 2012.

谷村要「アニメ聖地巡礼者の研究 — 2 つの欲望のベクトルに着目して —」『大手前大学論集』 (12) , pp.187-199. 2011 年。Tanimura, Kaname. “La Investigación sobre los turistas de *Seichi Junrei* -Dirigiendo la Mirada hacia el Vector de los 2 Deseos-”. *Colección de Tesis de la Universidad de Otemae No. 12*. pp.187-199. 2011.

外山滋比古「外来語を受け入れる心理」『ことば読本外来語』48-60, 河出書房新社, 東京。1994 年。Toyama, Shigehiko. “La Psicología del Recibimiento de los Extranjerismos.” *Libros de las Palabras los Extranjerismos*. Kawade Shobo Shinsha. Tokio. 1994.

堀切友紀子「外来語に関する研究動向~使用意識と言語接触の視点から~」お茶の水女子大学 人文科学研究 No.9, pp.113-124。2013 年。Horikiri, Yukiko. “La Tendencia de Investigación sobre los Extranjerismos ~Desde el Punto de Vista de la Conciencia de la Utilización y el Contacto del Idioma~”. *La Investigación de la Ciencia Humana No. 9*. pp.113-124. La Universidad de Ochanomizu. 2013.

2. Obras en español e inglés:

Abe, Kana. *Thesis de Máster: American Students' Interests in the Japanese Language: What Japanese Language Teachers Should be Aware Of*. Baylor University. 2009.

Aguirre Romero, Joaquín María. "La hibridación de las culturas: el encuentro de Oriente y Occidente en la globalización cultural". *Primeras noticias. Revista de literatura*, N°. 245, 2009, págs. 9-16.

Embajada del Japón en España. Japón y su relación con España. 2014.

Galán Fajardo, Elena. "Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva". *ECO-PÓS*- v 9, n 1, janeiro-julho 2006, pp 58-81.

Lara Escobedo, María Isabel; Rubio Toledo, Miguel Ángel; Higuera Zimbrón, Alejandro. *Semiótica y la Arquitectura. Lo que al usuario significa...* Quivera, vol.13. núm. 1, enero-junio, 2011, pp.139-155 Universidad Autónoma del Estado de México. Tulca, México

Webgrafía:

1. Páginas en japonés (por el orden gojuon):

【AP ヘタリア MMD】 Get Up&Move!! 親分詰め合わせ!! 【AP *Hetalia* MMD】 Get Up&Move!! El Surtido del jefe (España) !! 09/01/2013 :

<https://www.nicovideo.jp/watch/sm19789869>

ARIA the Navigation:

<http://aria-navigation.world.coocan.jp/>

ARIA 聖地巡礼ベネチアツアー Aria la ruta de *Seichi Junrei* por Venecia:

<https://www.knt-metro.co.jp/ec/2019/aria/>

アニメの歴史 La historia del *anime*:

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%A1%E3%81%AE%E6%AD%B4%E5%8F%B2>

アニメの舞台と日本を旅しよう Anime Tourism88 Viaja por los escenarios de los *animes* y Japón :

<https://animetourism88.com/ja>

アニメを旅する若者たち “聖地巡礼” の舞台裏 Los jóvenes que viajan por *anime*. Detrás de los escenarios de *Seichi Junrei* (NHK) 07/03/2012 :

<https://www.nhk.or.jp/gendai/articles/3171/index.html>

アメリカで好成績！『ヒロアカ』人気は日本だけじゃない？【僕のヒーローアカデミア THE MOVIE ～2人の英雄～】 “¡Buena Nota en los Estados Unidos! ¿La popularidad de *My Hero Academia* no sólo en Japón? *My Hero Academia: Two Heroes*” (Anigala Rew) 12/10/2018:

<https://anigala-rew.jp/heroaca-movie/>

『アベンジャーズ／インフィニティ・ウォー』 「僕のヒーローアカデミア」 コラボ映像 El vídeo de la colaboración de *Avengers: Endgame* y *My Hero Academia* 11/04/2018:

https://www.youtube.com/watch?v=8KJZkN_FvMY

大洗でガルパン！聖地巡礼で地元の振り切り方がヤバイ！ ¡*Girls und Panzer* en Ooarai! ¡La manera de sacudirse lo local por *Seichi Junrei* es espectacular! :

<https://kitakan-snap.net/25/2>

外交史料 Q&A 幕末期 Materiales historicos de la Dipomacia Q&A Período final de Tokugawa (Ministerio de Asuntos Exteriores de Japón):
https://www.mofa.go.jp/mofaj/annai/honsho/shiryo/qa/bakumatsu_01.html

GUNSLINGER GIRL 舞台探訪(聖地巡礼)記事一覧 Listado de artículos la visita a los escenarios (*Seichi Junrei*) de *Gunslinger Girl* :

<http://blog.livedoor.jp/touyokojunrei-yokofuji3/archives/75307170.html>

虚淵 玄 Gen Urobuchi:

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%99%9A%E6%B7%B5%E7%8E%84>

講談社の歴史 La historia de Kodansha:

<https://www.kodansha.co.jp/about/history.html>

「攻殻の実写化、日本発じゃなくて良かった」Production I.G 石川社長インタビュー。『ゴースト・イン・ザ・シェル』製作総指揮が語る真意は “ ‘Menos mal que la live-action de *Ghost in the Shell* no produjo en Japón’. La entrevista del director Ishikawa de Production I.G. El significado verdadero de las palabras del director general de *Ghost in the Shell*”. (Engadget: Keisuke Sunagare) 14/03/2017 :

<http://japanese.engadget.com/2017/03/14/production-i-g/>

『ゴースト・イン・ザ・シェル』なぜ賛否両論に？ 押井守版『攻殻機動隊』と比較考察 “¿Por qué hay pros y contras de *Ghost in the Shell*? La comparación con la versión de Mamoru Oshii”. (Real Sound) 13/04/2017 :

https://realsound.jp/movie/2017/04/post-4722_2.html

厚生労働省 Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón:

<https://www.mhlw.go.jp/index.html>

集英社小史 Breve historia de Shueisha:

<https://www.shueisha.co.jp/history/history.html>

小学館 略史 Breve historia de Shogakukan:

<https://www.shogakukan.co.jp/company/history>

ニコニコ動画 Nico Nico Douga:

http://www.nicovideo.jp/video_top

日本人はなぜスーツを着るの? “¿Por qué los japoneses se visten trajes?”
(Excite News) 31/05/2018:

https://www.excite.co.jp/news/article/Searchina_20180531092/

第140回常設展示 明治の息吹 ―漫画・諷刺画から― La 140
exposición permanente *La Respiración de Meji -Manga* desde Cómico
irónico- :

<https://rnavi.ndl.go.jp/kaleido/entry/jousetsu140.php>

どうして日本人はクソ真面目なのでしょうか? ¿Por qué los japoneses son
muy serios? 10/12/2011:

http://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q1377141773

同人誌即売会&旅行記2 スペイン編 Evento de venta de *Doujinshi* & Notas
de viaje 2 España :

https://www.melonbooks.co.jp/detail/detail.php?product_id=174687

<https://www.animenewsnetwork.com/interest/2016-12-27/yuri-on-ice-promotes-main-character-home-prefecture/.110364>

実写『ドラゴンボール』は別もの!? 鳥山明が異例のコメント “¿La
live-action de Dragon Ball es otra cosa? El comentario raro de Akira Toriyama”.
(Oricon News) 09/02/2009 :

<https://www.oricon.co.jp/news/62871/full/>

セイチカイギショップ Tienda de *Seichi Kaigi*:

<https://seichi.thebase.in/>

大成建設 テレビ CM Las publicidades de televisión de Taisei Corporation :

https://www.taisei.co.jp/about_us/library/cm/tvcm/

なぜ日本では世界的ヒットのアメコミ映画が当たらないのか? “¿Por qué las películas de los cómics americanos populares en todo el mundo no han sido recibidos en Japón?” (Business +IT: Toyoshi Inada) 30/05/2019:

<https://www.sbbbit.jp/article/cont1/36447>

日仏国交 La relación entre Japón y Francia:

<http://expositions.bnf.fr/france-japon/gallica/relations.htm>

日本とイタリア 150 年の揺るぎない友情 La amistad inquebrantable entre Japón e Italia durante 150 años:

<https://www.it.emb-japan.go.jp/150/jp/yuujou.html>

日本とドイツ 交流史 La historia de la comunicación entre Japón y Alemania:

https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/pub/pamph/pdfs/j_germany03.pdf

日本の漫画の歴史 La historia de *manga* de Japón :

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%97%A5%E6%9C%AC%E3%81%AE%E6%BC%AB%E7%94%BB%E3%81%AE%E6%AD%B4%E5%8F%B2>

バルセロナでユーリオンアイス of 聖地巡礼してきました！ “He hecho un *Seichi Junrei* a Barcelona de Yuri!!! on Ice”. 20/06/2017:

<https://ol820.wordpress.com/2017/06/20/%E3%83%90%E3%83%AB%E3%82%BB%E3%83%AD%E3%83%8A%E3%81%A7%E3%83%A6%E3%83%BC%E3%83%AA%E3%82%AA%E3%83%B3%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%82%B9%E3%81%AE%E8%81%96%E5%9C%B0%E5%B7%A1%E7%A4%BC%E3%81%97%E3%81%A6%E3%81%8D/>

【比較から考える日中の教育と子育て】 第5回 日本と中国の学校における先輩後輩関係 “La comparación de educación a los niños en Japón y China 5 La relación entre los superiores e inferiores en las escuelas de Japón y China”. (Child Research Net: Tadaharu Watanabe) 24/09/2013:

<https://www.blog.crn.or.jp/lab/08/06.html>

「白人コンプレックスが原因じゃない」日本のアニメや漫画のキャラが白人顔になる理由 “La causa de que los personajes en *anime* y *manga* de Japón tienen caras de los blancos ‘no es por el complejo a los blancos’”. (Nico Nico News) 12/05/2017:

<https://news.nicovideo.jp/watch/nw2778105>

「ヒロアカ」雄英生徒が“アベンジャーズ”と共演！ デクとキャプテン・アメリカの共通点は？ “¿La colaboración de los alumnos de UA en *My Hero Academia* y *The Avengers*! ¿Qué es lo común de Deku y Capitán América?” (Anime Anime) 12/04/2018 :

<https://animeanime.jp/article/2018/04/12/37371.html>

ヘタリア Axis Powers 感想（評価/レビュー）[漫画] Los comentarios (reseñas) del manga *Hetalia Axis Powers* :

https://sakuhindb.com/jmanga/7_Hetalia_20Axis_20Powers/

プロに近づく！漫画の描き方 ¡Acerca a los profesionales! La manera de dibujar *manga*:

<https://www.too.com/manga/>

漫画のオールカラー化は「漫画の持つ魅力」を奪っているのではないか
“Arrebatará la atracción del *manga* por colorearlo completo?” (Mangaism)
08/02/2014:

<https://mangaism.net/entry/2014/02/08/052547>

漫画・ヘタリアは誤解を生みませんか？ ¿Causará el malentendido el *manga Hetalia*? (Ok Wave) 11/07/2010:

<https://okwave.jp/qa/q6031214.html>

ライブ・スペクタクル「NARUTO-ナルト-」～暁の調べ～ Live Spectacle
Naruto La Investigación de Akatsuki :

<http://naruto-stage.jp/>

ライブ・スペクタクル「NARUTO-ナルト-」～暁の調べ～ 観てまいりました！ “He ido a ver el Live Spectacle *Naruto La Investigación de Akatsuki*”
27/11/2019:

<https://konohanogenin.hatenablog.com/entry/2019/11/27/000820>

TV アニメ放送から 45 年「ハイジ」誕生秘話 制作者がロケ地スイスで語る “La historia secreta del Nacimiento de *Heidi* en 45 años después de la emisión, las palabras del productor en Suiza, el lugar del rodaje”. (Swissinfo: Kaoru Uda) 03/09/2019 :

<https://www.swissinfo.ch/jpn/culture/tv%E3%82%A2%E3%83%8B%E3%83%A1%E6%94%BE%E9%80%81%E3%81%8B%E3%82%8945%E5%B9%B4-%E3%83%8F%E3%82%A4%E3%82%B8-%E8%AA%95%E7%94%9F%E7%A7%98%E8%A9%B1-%E5%88%B6%E4%BD%9C%E8%80%85%E3%81%8C%E3%83%AD%E3%82%B1%E5%9C%B0%E3%82%B9%E3%82%A4%E3%82%B9%E3%81%A7%E8%AA%9E%E3%82%8B/45202456>

2. Páginas en chino:

BABY 2016 茶会 Tea Party de BABY 2016:

<https://www.weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404032397812326339>

二战意大利爆笑史！被蠢哭了！ ¡Las historias ridículas de Italia en la II Guerra Mundial!. ¡Qué torpe! 05/04/2016 :

https://bbs.tiexue.net/post2_11415453_1.html

这就是西班牙。。你可以大声的笑和鄙视了~ Así es España. Ya puedes reír y despreciar 23/11/2012:

<https://site.douban.com/120100/widget/notes/3671907/note/248700198/>

3. Páginas en español e inglés:

“152.000 VISITANTES CELEBRAN EL 25 ANIVERSARIO DE MANGA BARCELONA, QUE SIGUE BATIENDO RÉCORDS” 03/11/2019:

<https://www.manga-barcelona.com/es/noticias.cfm/id/32852/152-000-visitantes-celebran-25-aniversario-manga-barcelona-sigue-batiendo-records.htm>

"7 diferencias entre el juego y la peli de Detective Pikachu" Atomix vg:

<https://atomix.vg/7-diferencias-entre-el-juego-y-la-peli-de-detective-pikachu/>

“A Nerdy History Lesson: The Early Days of Anime in America” (Michelle Stone):

<https://vocal.media/geeks/a-nerdy-history-lesson-the-early-days-of-anime-in-america>

Cómo hacer un cómic:

<https://es.wikihow.com/hacer-un-c%C3%B3mic>

"Cómo sería nuestra vida si España tuviera horarios sensatos" El País 02/03/2015:

http://verne.elpais.com/verne/2015/03/02/articulo/1425325826_493179.html

¿Cómo son los Alemanes en general?:

<http://foro.guiadealemania.com/como-son-los-alemanes-en-general-t325>

"¿Cómo son los alemanes?" (Gonzalo) 03/03/2009 :

<http://gonzalitovelez.blogspot.com.es/2009/03/como-son-los-alemanes.html>

“Conocer Japón a través del anime y del manga” (La Vanguardia) 22/03/2018 :

<https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20180322/441729152570/conocer-japon-ruta-anime-manga.html>

Curiosidades sobre las relaciones España-Japón:

<http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/TOKIO/es/espanajapon/Paginas/Curiosidades-sobre-las-relaciones-Espa%C3%B1a-Jap%C3%B3n.aspx>

Editorial Ivera:

<http://www.editorialivrea.com/ESP/>

“ ESPAÑA ES UNO DE LOS PAÍSES MÁS FRIKIS DE EUROPA ”
01/12/2016:

<https://www.frikitrip.com/es/blog-blog-principal/espana-es-uno-de-los-paises-mas-frikis-de-europa>

“Estadísticas manga 2019” (Marc Bernabé) 30/12/2019 :

<http://www.mangaland.es/#/article/3472>

“Estadísticas 2010: Puntualizaciones” (Marc Bernabé) 19/01/2011 :

<http://www.mangaland.es/2011/01/estadisticaspuntualizaciones/>

"El gráfico que muestra que en España tenemos horarios muy raros" El País
18/03/2016:

http://verne.elpais.com/verne/2016/03/18/articulo/1458309794_132930.html

“El mangaka y la técnica manga” (Arthur Adrover) 03/12/2015 :

<http://www.thelightingmind.com/el-mangaka-y-la-tecnica-manga/>

En Japón Puedes Vestir como Quieras (Canal Youtube de Nekojikablog) :

<https://www.youtube.com/watch?v=Pz7uzBUW2Fo>

Friki:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Friki>

“ ‘Ghost In The Shell’ Fans Not Happy About ‘Whitewashed’ American Remake” (Jeremy Fuster) 14/04/2016 :

<https://www.thewrap.com/ghost-in-the-shell-fans-not-happy-about-whitewashed-american-remake/>

“Historia del manga en España: 50 años de cómics japoneses” (El Periódico Josep M. Berengueras) 1/11/2018:

<https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20181101/historia-manga-espana-salon-del-manga-7123642>

History of Anime in the US:

<https://www.rightstufanime.com/anime-resources-history-of-anime-in-the-us>

Japan Weekend:

<https://japanweekend.com/>

“La quiebra de la identidad: «Perfect Blue» y «Black Swan»” (Nuria Vidal Trapero) :

<https://www.rirca.es/la-quiebra-de-la-identidad-perfect-blue-y-black-swan/?fbclid=IwAR1VDTe50mVpUd7JxySGP1Y7EwTfflUTlZKXuMjJrAPRoF6XFpFpuzmi-s>

“Los inicios de la animación” (Émile Reynaud. Animacan TV) 09/09/2016 :

<http://animacam.tv/los-inicios-de-la-animacion-emile-reynaud/>

NHK:

<https://www.nhk.or.jp/>

Nintendo:

<https://www.nintendo.es/>

Norma Editorial:

<https://www.normaeditorial.com/>

Oficina Nacional del Turismo de Japón:

<https://www.japan.travel/es/es/>

Pamplimg:

<https://www.pamplimg.com/>

Planeta Cómic:

<https://www.planetadelibros.com/editorial/planeta-comic/54>

¿POR QUÉ ME INTERESÉ EN SU PAÍS? | España y Japón (Canal Youtube de Nekojikablog):

<https://www.youtube.com/watch?v=PtF5u2ovaus>

¿Qué es Espai Daruma? :

<https://espaidaruma.cat/que-es-espai-daruma/>

REACCIONANDO a DOBLAJES HORRIBLES del anime (Canal de YouTube de Umaru-chan) :

https://www.youtube.com/watch?v=f__qvUgB9gU

Selecta Visión:

<https://www.selecta-vision.com/>

“Steven Spielberg habla de su admiración por Hayao Miyazaki” (Fotogramas)
25/04/2018 :

<https://www.fotogramas.es/noticias-cine/a19464949/steven-spielberg-admiracion-hayao-miyazaki/>

“ ‘The Dull Sword’: el primer anime en la historia del cine” (Jorge Jurado)
15/06/2018 :

<https://www.empireonline.com.mx/originales/the-dull-sword-primer-anime-junchi-kouchi/>

“The History of Manga in America - Part 1: From Foreign Oddity to Household Name” (Mary Lee Sauder) 24/04/2019:

<https://honeysanime.com/the-history-of-manga-in-america-part-1/>

The Japan Punch. MARUZEN-YUSHODO:

https://myrp.maruzen.co.jp/ibd/intl_9133/

Tripadvisor:

<https://www.tripadvisor.es/>

"Una revolución fallida que cambió la vida de generaciones" (El Mundo)
04/2008:

http://www.elmundo.es/especiales/2008/04/internacional/mayo_68/francia.html

"Una serie japonesa despierta la pasión por Cuenca" (El Mundo EFE)
13/02/2011:

<http://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/13/espana/1297616505.html>

"Yuri!!! on Ice Campaign Brings 20,000 People From 27 Countries to Setting City" (Jennifer Sherman) 10/05/2017:

<https://www.animenewsnetwork.com/interest/2017-05-10/yuri-on-ice-campaign-brings-20000-people-from-27-countries-to-setting-city/.115875>

4. Los *animés* y películas:

Akira (1988):

<https://v-storage.bnarts.jp/sp-site/akira/>

Alita, ángel de combate (1993):

https://www.imdb.com/title/tt0107061/?ref_=nv_sr_srsg_3

Alita: Ángel de combate (2019) :

https://www.imdb.com/title/tt0437086/?ref_=nv_sr_srg_0

ARIA (2005-2015):

<http://www.ariacompany.net/2nd/index2.htm>

Astro Boy (1963-2004):

https://www.imdb.com/title/tt0056739/?ref_=nv_sr_srg_3

Ataque a los Titanes (2013-2020):

<https://shingeki.tv/season3/>

Avengers: Infinity War (2018):

https://www.imdb.com/title/tt4154756/?ref_=nv_sr_srg_0

Capitán Centella (1972):

<https://www.at-x.com/program/detail/2546>

Cisne negro (2010):

https://www.imdb.com/title/tt0947798/?ref_=nv_sr_srg_0

Dragon Ball (1986-2018):

<http://www.toei-anim.co.jp/tv/dragon/>

Dragonball Evolution (2009):

<https://www.imdb.com/title/tt1098327/>

El jardín de las palabras (2013):

<http://www.kotonohanoniwa.jp/>

El profesional (Léon) (1994):

https://www.imdb.com/title/tt0110413/?ref_=nv_sr_srg_0

Freaks (1932):

https://www.imdb.com/title/tt0022913/?ref_=nv_sr_srg_6

Ghost in the Shell (1995):

https://www.imdb.com/title/tt0113568/?ref_=nv_sr_srg_3

Ghost in the Shell: El alma de la máquina (2017):

https://www.imdb.com/title/tt1219827/?ref_=nv_sr_srg_0

Gunslinger Girl (2003-2008):

<http://www.mxtv.co.jp/gunslinger/>

Heidi (1974):

<http://www.heidi.ne.jp/>

Hetalia (2009-2015):

<http://hetalia.com/twt/>

Kimba the White Lion (1965-1978):

http://www.mxtv.co.jp/jungle_t/

La encrucijada de un laberinto extranjero (2011):

<https://web.archive.org/web/20150814163708/http://ikokumeiro.com/top.html>

Lucky ☆ Star (2007):

<http://www.lucky-ch.com/>

La Rosa de Versalles (1979-1980):

<http://www9.nhk.or.jp/anime/versailles/>

Las vacaciones de Jesús y Buda (2013):

<https://www.saint023.com/>

Minority Report (2002):

https://www.imdb.com/title/tt0181689/?ref_=nv_sr_srg_0

My Hero Academia (2016-2020):

<https://heroaca.com/>

Naruto (2002-2017):

<https://www.tv-tokyo.co.jp/anime/naruto/index2.html>

Neon Genesis Evangelion (1995-2020):

<https://www.evangelion.co.jp/>

Nikita (1990):

https://www.imdb.com/title/tt0100263/?ref_=nv_sr_srg_2

Noir (2001):

<http://www.jvcmusic.co.jp/flyingdog/tv/noir/>

One Piece (1997-):

<https://one-piece.com/>

Pacific Rim (2013):

https://www.imdb.com/title/tt1663662/?ref_=fn_al_tt_1

Perfect Blue (1997):

https://www.imdb.com/title/tt0156887/?ref_=nv_sr_srg_0

Phantom: Requiem for the Phantom (2009):

https://www.nitroplus.co.jp/pc/lineup/into_01/

Pokémon: Detective Pikachu (2019):

https://www.imdb.com/title/tt5884052/?ref_=fn_al_tt_1

Pokémon TV Series (1997–) :

https://www.imdb.com/title/tt0168366/?ref_=nv_sr_srg_6

PSYCHO-PASS (2012-2020):

<https://psycho-pass.com/>

Requiem for a Dream (2000):

https://www.imdb.com/title/tt0180093/?ref_=nv_sr_srs_g_0

Roman Holiday (1953):

<https://www.imdb.com/title/tt0046250/>

So · Ra · No · Wo · To (2010):

<https://www.sorawoto.com/>

The Lion King (1994):

https://www.imdb.com/title/tt0110357/?ref_=nv_sr_srs_g_3

Vampire Knight (2008):

<https://www.aniplex.co.jp/vampireknight/>

Your Name (2016):

<http://www.kiminona.com/>

Yuri!!! on Ice (2016-2019):

<https://yurionice.com/en/>

Anexos.

Glosario de términos

Anime (アニメ) : animación japonesa.

Chōjū-jinbutsu-giga (鳥獣人物戯画): o *Chōjū-giga* (鳥獣戯画) , uno de los emakis más antiguo de Japón.

Dōjinshi (同人誌): Historietas manga autopublicadas, se trata normalmente de fanzines de manga. Los dōjinshi se compran, venden e intercambian en las ferias de manga, anime y videojuegos.

Ema (絵馬): placas de madera para que los creyentes de sintoísmo escriba sus deseos.

Emaki (絵巻): rollos ilustrados de Japón durante el Período Heian.

Fushimi Inari-Taisha(伏見稲荷大社): el principal santuario sintoísta, situado en Fushimi-ku, Kioto (Japón).

Genka (原画): dibujo original.

Gensaku (原作): la producción de una obra original.

Gojuon (五十音): alfabetos de japonés

Heta (下手) : inútil o inexperto.

Jinja (神社): santuario de sintoísmo.

Keigo (敬語): muestra de honor japoneses, términos de cortesía.

Kōdansha (講談社): una de las principales editoriales de Japón, que publica tanto literatura como manga. La editorial que publica la revista *Shōnen Magazine*.

Manga (漫画) : cómic de japon.

Marumaru Chinbun (團團珍聞) : la primera revista de manga de Japón.

Mikoshi(神輿): la capilla portátil del sintoísmo.

Name (ネーム): el borrador de manga.

Nijigen (二次元): el mundo de 2D, la cultura de *manga*, *anime*, videojuegos y etc.

Otaku (おたく): un término japonés para una persona con un interés obsesivo sobre cualquier tema en particular, afición o cualquier forma de entretenimiento.

OVA: Original Animation Video, término utilizado en Japón para referirse a la animación que se libera directamente al mercado de vídeo sin necesidad de ir a través del lanzamiento de teatro o emisión de televisión.

Penire (ペンいれ): dibujar las líneas con tinta y pluma.

Plot (プロット): el argumento de un manga.

Reiauto (レイアウト): conocido también como “layout”. Son los diseños donde se muestra la composición del personaje con respecto al fondo.

Sakoku (鎖国): país en cadenas o cierre del país.

Seichi Junrei (聖地巡礼) : peregrinaje, en el ámbito de manga y anime, significa la visita a los lugares que han sido tomado como las referencias de los escenarios para las obras literarias.

Senpai (先輩): el término japonés para alguien que está más tiempo en una organización, se puede entender como los superiores.

Serifuire (セリフ入れ): añadir los diálogos de los personajes.

Shitae (下絵): dibujo de líneas, sin color.

Shōgakukan (小学館): una de las principales editoriales de Japón. La editorial de la revista *Shōnen Sunday*.

Shōnen manga (少年漫画) : El manga de la categoría shonen, generalmente tiene un protagonista que cuenta con súper poderes, con su esfuerzo y los apoyos de los compañeros, lucha contra los malos. Este tipo de manga se dirige a los adolescentes.

Shūeisha(集英社): una de las principales editoriales de Japón. La editorial de la revista *Shūkan Shōnen Jump*

Tankōbon (単行本) : tomo individual de manga

Tone (トーン): *screen tone*, una técnica para aplicar texturas y sombras a los dibujos.

Torii (鳥居): un arco tradicional japonés que suele encontrarse a la entrada de los santuarios sintoístas , marcando la frontera entre el espacio profano y el sagrado.

Tōrō nagashi (灯籠流し): flotar farolillos de papel por un río.

Ukiyo-e (浮世絵): un género de grabados realizados mediante xilografía o técnica de grabado en madera, producidos en Japón entre los siglos XVII y XX

Anexo

1.El Mundo (13/02/2011): "Una serie japonesa despierta la pasión por Cuenca"

EL MUNDO en ORBYT. Hemeroteca Clasificados

Tendencias Náutica Viajes Yodona Metrópoli Gentes! El C

EL MUNDO

España

Madrid 20.5°C 36

Líder mundial en español Domingo 13/02/2011. Actualizado 20:26h.

Google ELMUNDO.es

Portada España Mundo Europa Op-Blogs Deportes Economía Vivienda Cultura Motor Ciencia Salud Tecnología Medios TV Solidaridad

Edición ESPAÑA Madrid Andalucía Baleares Barcelona Castilla y León C. Valenciana Galicia País Vasco

elmundo.es AM

Compartir

Like 2.4K

Twitter

Tuenti

Herramientas

Enviar a un amigo

Valorar

Imprimir

En tu móvil

Rectificar

CASTILLA-LA MANCHA | Turismo

Una serie japonesa despierta la pasión por Cuenca



Efe

■ Buscan paisajes y monumentos de la serie anime 'Sora no Oto'

■ En ella se ven las Casas Colgadas o el Puente de San Pablo

ELMUNDO.es | Efe | Madrid | Cuenca

Actualizado domingo 13/02/2011 20:26 horas

Cada vez es más habitual ver grupos de japoneses paseando por Cuenca para disfrutar de los encantos de la ciudad. Pero en los últimos años, el interés nipón ha aumentado considerablemente gracias a una serie de anime (dibujos manga) que está inspirada en la localidad castellanomanchega.

'Sora no Oto', producida por una televisión nipona, tiene parte de culpa de este 'tirón' entre los japoneses, que llegan a Cuenca en busca de cultura, patrimonio y, sobre todo, los paisajes que aparecen en la serie.

El turismo procedente de Japón se ha incrementado en los últimos años sobre todo por la inclusión de la capital conquense en los circuitos organizados por touroperadores y gracias a la pertenencia de Cuenca al Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad, según explica a Efe la directora general de Turismo del Ayuntamiento de Cuenca, Marta Tirado.

Aproximadamente unos 4.000 japoneses visitaron la ciudad durante el año 2010, que fue "magnífico", según Tirado. Una parte de estos turistas que llegan buscan **expresamente los paisajes y monumentos** que aparecen en la serie de anime 'Sora no Oto' producida por TV Tokio, que se estrenó el año pasado, cuenta Pablo García, de la empresa Guías de Cuenca S. L.

"Vienen con la fotocopia de las imágenes", explica Pablo, para ver los mismos lugares que aparecen en la serie, que se sitúa en la ciudad imaginaria de Seize y relata cómo se protege una fortaleza.

En las historias se pueden descubrir con nitidez las **Casas Colgadas**, el **Puente de San Pablo**, el Castillo, el Arco de Bezudo, los miradores de la Ronda del Júcar o la Ronda de Julián Romero, e incluso la fortaleza de Alarcón.

Noticias más leídas Blogs más leídos Últimas not

1. La lista de los 33 mineros

2. El poder medicinal del rocío del San Juan

3. El consumo de 'cocaína líquida' activa las alarmas

4. Sólo dos fármacos alivian los problemas de piel

5. Dolor en el bajo vientre y el ano

6. ¿Cuándo preocuparse por la diarrea?

7. Dolor en la India por la muerte de la joven violad

8. Un ritual del fuego que une al pueblo

9. ¿Funcionan los repelentes por ultrasonido?

10. Lo que nos cuentan sus dibujos

Ver lista cor

273

2. Episodios de *Naruto* (fuente: Wikipedia): los capítulos de contenidos nuevos que no aparecen en el *manga* original.

26 ¡Reportaje especial! ¡En vivo desde el bosque de la muerte! ¡Este es el periódico de la clase de Konoha!

52 ¡El retorno de Ebisu! ¡No permitiré la desvergüenza!

59 Furioso, Persecución, Sprint, ¡Comienzan los Combates Principales!

97 Las vacaciones con vapor de Naruto

99 ¡Aquel que hereda el poder del fuego!

101 ¡Quiero ver! ¡Quiero descubrir el verdadero rostro de Kakashi sensei!

102 Una nueva misión, salvar la justicia, los corazones humanos y el país del Té

103 ¡¿Naruto se hundió?! ¡El gran océano con una historia de remolino!

104 ¡Corre, Idate! ¡La tormentosa y plagada de problemas Isla Nagi!

105 ¡Casi en la meta! Una atronadora gran batalla

106 ¿Llegará Idate? La última muestra de persistencia

136 ¡¿Profundamente cubierta?! ¡Una misión rango súper-S!

137 Ciudad de renegados. La sombra del clan Fūma

138 Traición Pura y una Súplica Breve

139 ¡Terror! La casa de Orochimaru

140 Dos latidos. La trampa de Kabuto

- 141 La determinación de Sakura
- 142 Tres Villanos de la Prisión de Máxima Seguridad
- 143 ¡Tontón! ¡Cuento contigo!
- 144 ¡Un nuevo equipo! ¡¿Dos personas y un perro?!
- 145 ¡Una nueva formación Ino-Shika-Chō!
- 146 Ambición restante: La sombra de Orochimaru
- 147 ¡Un choque del destino: tú nunca me derrotaras!
- 148 ¡Hasta Akamaru está celoso de su habilidad! La Búsqueda del Raro
Escarabajo Bikochu
- 149 ¿Cuál es la diferencia? ¿Acaso todos los insectos no son iguales?
- 150 ¡Una Batalla de Bichos! Los Engañadores y el Engañado!
- 151 ¡Resplandor Lejano, Byakugan! ¡Este es mi Camino Ninja!
- 152 Marcha de entierro para la Vida
- 153 ¡Una lección aprendida: El Puño De hierro de Amor!
- 154 El enemigo del Byakugan
- 155 Las Nubes Oscuras que se arrastran
- 156 El contraataque de Raiga
- 157 ¡Corre! ¡El curry de la vida!
- 158 ¡Todos conmigo! El plan de supervivencia de sudor y lágrimas
- 159 ¿Amigo o enemigo? ¡El cazarrecompensas del desierto!
- 160 ¡¿Lo tomaremos nosotros o nos lo arrebatarán?!
- ¡La batalla en el templo!

- 161 El aspecto de visitantes extraños
- 162 El guerrero maldito
- 163 El estratega: ¡El plan de Koemi!
- 164 La ayuda que llegó tarde
- 165 La muerte de Naruto
- 166 El tiempo que se detiene
- 167 El momento en el cual la garza blanca extiende sus alas
- 168 ¡Mézlalo, bátelo y hiévelo!
- 169 Memoria, la página perdida
- 170 La puerta cerrada
- 171 ¡Intromisión! ¡La trampa preparada!
- 172 Desesperación. ¡El corazón espinado!
- 173 ¡Batalla en el mar! ¡El poder se desata!
- 174 ¡No puedo creerlo! La forma de ser de un ninja famoso: ¡Kinton no jutsu!
- 175 ¡Excava aquí! ¡Guau, guau! ¡Encuentra el montón de oro!
- 176 ¡Corriendo, escondiéndose y yendo en zig zag!
- 177 ¡¿Oh?! ¡Por favor, señor cartero!
- 178 Encuentro con un tipo llamado “Estrella”
- 179 Natsuhiboshi, la nana de los recuerdos
- 180 Técnica secreta. La compensación de la extraña técnica del pavo real
- 181 Hoshikage: La verdad enterrada

- 182 Reencuentro. El tiempo perdido
- 183 La estrella que brilla con todo su esplendor
- 184 El largo día de Inuzuka Kiba
- 185 ¡La leyenda de la aldea oculta de Konoha! ¡Onbaa de verdad existió!
- 186 Shino ríe
- 187 ¡¡Práctica!! Mudanzas de Konoha
- 188 ¡Misterioso! ¡Los vendedores ambulantes perseguidos!
- 189 ¡Bajo el agua! ¡Una cantidad inagotable de técnicas ninja!
- 190 ¡El Byakugan lo ve! ¡El punto muerto del Hombre Magnético!
- 191 ¡Sentencia de muerte! ¡Nublado, con algún cielo claro!
- 192 ¡El grito de Ino! ¡El paraíso rollizo!
- 193 ¡Desafío dojo! ¡¡La juventud es explosiva!!
- 194 ¡Estrafalario! El castillo del fantasma maldito
- 195 ¡La longevidad de Gai-San! ¡El rival definitivo!
- 196 ¡El choque de lágrimas! ¡La lucha del profesor contra el estudiante!
- 197 ¡Un gran problema! La asamblea de los once de Konoha
- 198 ¡La desesperación de los Anbu! ¡Los recuerdos de Naruto!
- 199 ¡Fuera de lugar! ¡El objetivo se hace más claro!
- 200 ¡Servicio activo! ¡El patrocinador definitivo!
- 201 ¡Trampas masivas! ¡La cuenta atrás para la destrucción!
- 202 ¡Sudor y lágrimas entre los ninjas, las 5 mejores batallas!

- 203 La decisión de Kurenai, dejando atrás al equipo 8
- 204 Yakumo marcada, habilidad sellada
- 205 La misión secreta de Kurenai, la promesa con el Tercero
- 206 Genjutsu o Realidad? Los Que Controlan Los Cinco Sentidos
- 207 Habilidades que debieron ser selladas
- 208 Un Extraño Artefacto. El Peso de las Bellezas de la Naturaleza
- 209 Los Enemigos son “Shinobazu”
- 210 El Bosque de la Ofuscación
- 211 Recuerdos del fuego
- 212 Cada quien con su camino
- 213 La memoria perdida
- 214 Realidad recuperada
- 215 Borrando el pasado
- 216 ¡El Artesano Desaparecido! Objetivo: ¡Shukaku!
- 217 ¡Los aliados de la arena: los Shinobi de Konoha!
- 218 ¡Arena Sellada: El Contraataque de Suiko!
- 219 La resurrección del arma definitiva

3. Episodios de *Naruto Shippūden* (fuente: Wikipedia): los capítulos de contenidos nuevos que no aparecen en el *manga* original. .

277 El sueño eterno robado

278 Soledad

279 Un nuevo enemigo

280 Impermanencia

281 Contacto

282 Compañero de equipo

283 Los dos reyes

284 Señal de fuego negro azabache

285 Bloqueo de oscuridad

286 Almas revividas

287 Peleas a muerte de todos

288 El momento de despertar

289 Desesperación

290 Resonancia

291 Mi amigo

310 Decisión de shinobi

311 Descubrimiento - Guarida de Orochimaru

312 Encuentro

- 313 Comunicando corazones
- 314 Una noche de lluvia
- 315 Los dos amuletos
- 316 El enemigo invisible
- 317 Laberinto de reflejos difusos
- 318 Aparece el blanco
- 319 Bijū enloquecido
- 320 Dentro de la niebla
- 321 Los sentimientos respectivos
- 322 Reorganización
- 323 Barrera, sello de las cuatro direcciones
- 324 Elemento cristal destruido
- 325 Batalla por la barrera
- 326 Camelias rojas
- 327 Enemigos peleando juntos
- 328 Guía de camelia
- 329 El Contraataque del sello maldito
- 330 Memorias del pecado
- 331 Promesa rota
- 332 Un lugar donde regresar
- 364 Viajero

365 El sucesor de la técnica prohibida

366 El deseo del sucesor

367 El pasado del ninja renegado

368 Heredero de la oscuridad

369 Separación

370 Activando la técnica prohibida

371 Alumno y maestro

390 ¡Gran aventura! ¡Descubriendo la herencia dejada por el Cuarto Hokage!
Parte 1

391 ¡Gran aventura! ¡Descubriendo la herencia dejada por el Cuarto Hokage!
Parte 2

396 Iruka el maestro novicio

397 Las pruebas de Iruka

398 La determinación de Iruka

399 El Jōnin en cargo Kakashi Hatake

400 Inari, coraje a prueba

401 Naruto, Escuela de Revancha

402 Gaara “Lazos”

403 Naruto estalla

404 ¡Salida! El equipo de Tenten

405 Distrito animal

- 406 Ah, Píldoras medicinales de juventud
- 407 Historia del maestro valiente y el estudiante ninja Parte 1
- 408 Historia del maestro valiente y el estudiante ninja Parte 2
- 409 La enciclopedia de la pata de Sasuke
- 410 Naruto y el viejo soldado
- 411 Kakashi, canción de amor
- 412 La historia aparte de Neji
- 413 El hombre que murió dos veces
- 414 Las tres peores carreras de piernas
- 415 Cooperación, el Equipo 10
- 416 Apresurarse en la oscuridad
- 443 El joven y el océano
- 444 El ninja de Benisu
- 445 El maldito barco fantasma
- 446 La isla acorazada
- 447 La isla olvidada
- 448 Pelea, Rock Lee
- 449 ¡Comer o morir! Los hongos del infierno
- 450 Contraataque de los clones de sombras
- 451 La ruta cerrada
- 452 El club de chicas de Konoha

- 453 ¿Entra el impostor? Naruto
- 454 El pupilo favorito de Naruto
- 455 La Kunoichi de la aldea Nadeshiko
- 456 Respaldo de compañeros
- 457 Ah, mi heroína Tsunade
- 477 Reunión
- 478 Rivales
- 479 Grieta
- 480 Separación
- 491 Camino de Sakura
- 499 La trampa del Zetsu Blanco
- 500 La estética del artista
- 501 ¡¡Las fuerzas aliadas de mamá!!
- 504 Kabutowari! Akebino Jinin
- 505 ¡¡Usuario de Shakuton!! Pakura de Sunagakure
- 506 Cosas que no puedes traer de vuelta
- 507 Un valor digno de apostar
- 508 Peligro, ¡El combo Jinpachi - Kushimaru!
- 509 ¡Espada eléctrica! Ameyuri Ringo
- 510 Poder - episodio 1
- 511 Poder - episodio 2

- 512 Poder - episodio 3
- 513 Poder - episodio 4
- 514 Poder - episodio 5
- 515 Poder - episodio final
- 523 Fantasmas del pasado
- 524 Jutsu de intercambio de almas infernal
- 525 Los vengadores
- 526 El ojo del corazón
- 527 Brillando en la luz de la luna
- 528 Noche de luna creciente
- 529 Misión de rango A: Un torneo noble
- 530 Desmoronamiento del castillo
- 531 Prólogo de El camino ninja
- 532 El viejo y el ojo del dragón
- 533 Lluvia seguida de nieve con posibilidad de tormenta
- 534 Lluvias dolorosas
- 535 Nieve persistente
- 536 El ejército de los revividos
- 537 ¡¡Shino vs Torune!!!
- 538 Un agujero en el corazón - El otro Jinchūriki
- 539 El alma que habita dentro de una marioneta

- 540 ¡Corre Omoi!
- 547 Kyūbi
- 567 Una sombra que se arrastra
- 568 La nueva Akatsuki
- 569 La máscara que oculta el corazón
- 570 La muerte de Minato
- 571 Células de Hashirama
- 572 Ninja renegado: Orochimaru
- 573 La prueba de Orochimaru
- 574 Caminos separados
- 575 El objetivo: Sharingan
- 576 Un shinobi de Konoha
- 577 Un ANBU Uchiha
- 578 Golpe de Estado
- 579 La trágica noche
- 580 El Jonin supervisor
- 581 El grupo Siete
- 596 La orden de saqueo del Kyūbi
- 597 Naruto vs Mecha Naruto
- 609 Hermana adorada
- 610 La decisión de Hanabi

- 614 Los nuevos exámenes de chuunin
- 615 ¡Empieza el examen de chuunin!
- 616 Tres problemas
- 617 La persona digna de ser líder
- 618 Vísperas de la segunda prueba
- 619 Supervivencia en el Desierto Infernal
- 620 Supervivencia en el Desierto Infernal
- 621 Aquel que domina
- 622 Huida contra persecución
- 623 Coraje para no rendirse
- 624 La preocupación de Tenten
- 625 Atrapadas
- 626 Mi propio lugar
- 627 El ninjutsu secreto del clan Yamanaka
- 628 La muñeca maldita
- 629 Sus espaldas
- 630 El complot se pone en marcha
- 631 Objetivo Bijuus
- 632 El juicio de Neji
- 633 Sentimientos confiados al futuro
- 636 Se forma el Equipo Minato

- 642 Los que continuarán
- 643 El rival de Naruto
- 647 Hacia el mundo de sueños
- 648 El hogar de Tenten
- 649 Killer Bee Rappuden: Episodio del cielo
- 650 Killer Bee Rappuden: Episodio de la tierra
- 651 Esa sonrisa una vez más
- 652 El ninja fracasado
- 653 La misión de búsqueda
- 654 El Equipo Jiraiya
- 655 Prioridades
- 656 El hombre de la máscara
- 657 El poder sellado
- 658 ¿Leyes o compañeros?
- 659 El niño de la profecía
- 660 El pájaro enjaulado
- 661 Regreso
- 662 Caminos mutuos
- 663 Diferencia de poder
- 664 Deserción de la aldea
- 665 Persecución

666 Colisión

667 Otra luna

668 Compañeros

669 Shinobis actuando juntos

670 Rival

672 Prodigio

673 El dolor de la vida

674 El encargo de Shisui

675 Noche de luna

676 La oscuridad de Akatsuki

677 Pareja

672 Prodigio

673 El dolor de la vida

674 El encargo de Shisui

675 Noche de luna

676 La oscuridad de Akatsuki

677 Pareja

680 Kaguya Otsutsuki

681 Hagoromo y Hamura

684 Ninshu

685 Ashura e Indra

686 El viaje de examen

687 La decisión de Ashura

688 El sucesor

689 Misión especial

700 NARUTO · HINATA

701 SASUKE · SAKURA

702 GAARA · SHIKAMARU

703 JIRAIYA · KAKASHI

704 Bombas humanas

705 Coliseo

706 Fūshin

707 Ketsuryūgan

708 La última

709 La nube que flota en el viento

710 Nubes negras

711 Nubes oscuras

712 Nubes de sospecha

713 Amanecer

714 La boda de Naruto

715 Regalos de boda a toda potencia

716 Vapor y comida

717 El regalo del Kazekage

718 La última misión

719 El estado de la misión de alto secreto

720 Las felicitaciones