UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN ARTE Y PATRIMONIO CULTURAL

“El cine de animación japonés como Industria Cultural; consumo, estética y valores: tres películas japonesas en la recepción y análisis de jóvenes y adultos”.

TRABAJO RECEPCIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN ARTE Y PATRIMONIO CULTURAL

PRESENTA:

RAÚL ANGELES OLGUÍN

DIRECTORA:

MTRA. ELOISA POOT GRAJALES

Ciudad de México, mayo 2022.

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

CA Coordinación Académica

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO
COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS©

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

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

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México
por la oportunidad de realizar la Licenciatura de Arte y Patrimonio Cultural

A mi directora la Mtra. Eloísa Poot Grajales
por la paciencia y la atención para concluir esta tesis.

A mis profesoras y profesores que compartieron sus
conocimiento en mi formación académica.

A mis padres que me apoyaron hasta el final.

A las amistades que me fui encontrando en el medio
y tener el mismo gusto por la animación japonesa

Decidí emprender un camino,
existía dos opciones seguir adelante o renunciar,
preferí la primera.

Índice

PROTOCOLO 5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 8
OBJETIVO GENERAL 10
OBJETIVO ESPECÍFICO 10
JUSTIFICACIÓN 11
INTRODUCCIÓN 12
CAPITULO 1. CONCEPTOS CULTURALES PRELIMINARES 13
1.1 La identidad mexicana 13
1.2 ¿Qué es la cultura? 19
1.3 ¿Qué es la gestión cultural? 21
1.4 ¿Qué es industria cultural? 23
CAPITULO 2. EL ORIGEN DEL CINE DE ANIMACIÓN JAPONÉS, NORTEAMERICANA Y MEXICANA 24
2.1 Cine de animación japonés 24
2.2 Cine de animación norteamericana. 32
2.3 Cine de animación mexicana 34
CAPITULO 3. ESTÉTICA EN LA ANIMACIÓN 43
3.1 Evolución de la técnica y la estética en la animación japonesa. 43
3.2 El arte visual japonés en la psicología del arte. 46
3.3 Las raíces biológicas de la estética del manga y del anime 49
3.4 La modernidad a través del anime japonés 52
3.5 La relación del manga en la ilustración gráfica 55
3.6 La forma de vida de un otaku 62
CAPITULO 4. LA INDUSTRIA CULTURAL EN LA ANIMACIÓN 75
4.1 La cultura de mercado 75
4.2 Las industrias culturales en México 81
4.3 Gilles Lipovetsky y Jean Serroy: La estetización del mundo 89
4.4 La teoría de los videojuegos 95
4.5 Lo real y lo virtual 100
CAPITULO 5. ESTUDIO DE CAMPO 115
5.1 Como se crea una historia: análisis de la película Haru en el reino de los gatos. 115
5.2 Análisis de contenido 123

5.3 La investigación cualitativa: el análisis de contenido en la investigación educativa. 128
5.4 Metodología: 132
5.4.1 Categorías: 151
5.4.2 Fichas técnicas del cine de animación japonés 154
FICHA 1 Título: El viaje de Chihiro (Sen to Chihiro no Kamikakushi) 154
FICHA 2 Título: Ghost in the Shell (Kokaku Kidotai) 155
FICHA 3 Título: Kimi no na wa (Your Name) 155
5.5 CUESTIONARIO ANÁLISIS CUANTITATIVO: 156
5.5.1 Nombre de la película: El viaje de Chihiro. 156
5.5.2 Análisis de los resultados de la película: El viaje de Chihiro 163
5.6 CUESTIONARIO ANÁLISIS CUANTITATIVO: 173
5.6.1 Nombre de la película: Kimi no naka wa 173
5.6.2 Análisis de los resultados de la película "Kimi no naka wa" 180
5.7 CUESTIONARIO ANÁLISIS CUANTITATIVO 190
5.7.1 Nombre de la película: Ghost in the shell 190
5.7.2 Análisis de resultados de la película: Ghost in the shell 197
CONCLUSIONES 207
BIBLIOGRAFÍA 212
ANEXO 1 220
ANEXO 2 222
ANEXO 3 225
ANEXO 4 227

PROTOCOLO

Las convenciones de comics originalmente eran eventos dedicados a los fans de historietas, ciencia ficción y series televisivas de origen americano. En las convenciones se popularizó el anime y empezaron a surgir eventos dedicados al lejano oriente, como proyecciones de películas, música japonesa, caligrafía japonesa, talleres, foros abiertos y conferencias sobre distintos temas relación al manga y el anime así como los actores de doblaje que le dan voz a los personajes, concursos de karaoke (interpretando canciones con tu voz), cosplay (disfrazarse y representar un personaje favorito de un anime, serie, película videojuego) demostración de comida japonesa, exhibición de galerías artísticas y venta de artículos de origen asiático y se fueron agregando diferentes expresiones con el paso del tiempo, como dibujantes e ilustradores mexicanos, el k-pop (música coreana), transportarse a una época como es el medieval, el steampunk, basada en la revolución industrial, los videojuegos, el idol japonés, el cine, la música entre otros. En una convención de anime, manga o de cultura japonesa tiene el objetivo de promocionar el anime y la cultura japonesa en general.

La Comic Con de San Diego se lleva a cabo desde 1970, en diversos lugares, siendo hasta el año de 1991, que encontró su cede actual en el Centro de Convenciones de San Diego. La Comiket de Tokio se ha llevado a cabo desde 1975, donde ahora existen miles de visitantes. Las principales convenciones a nivel mundial son la Comic-Con de San Diego en los Estados Unidos, la Comiket de Tokio, en Japón, la Angoulême International Comic Festival de Paris, Francia y la Lucca Comics and Games de Italia.

Anime Expo es una convención de manga y anime de Norte América organizada por la Sociedad para la Promoción de la Animación Japonesa (SPJA) que se realizan en verano e invierno en los Ángeles. En este evento hay talleres, subastas, paneles de invitados, concursos, conciertos y las producciones de Japón se concentran en el sitio.

A principios del año de 1993, tiene lugar la primera convención de comics, llamada Feria de la Historieta, organizada por los estudiantes de comunicación como un festival estudiantil en la ENEP Aragón. La primera convención de comics “Conque” (Convención Quetzalcóatl) se llevó a cabo el 26 de julio de 1994 en el Poli fórum Cultural Siqueiros del D. F. A partir de este año (1994) y debido al éxito alcanzado, empiezan a darse en forma continua, fueron siete años de presencia hasta que en el año de 2001 cerraría sus puertas definitivamente. En noviembre del año siguiente (1995) los días 10, 11 y 12 en el hotel Flamingo's Plaza, también de la ciudad de México, se llevó a cabo la primera convención MECyF (México Ciencia Ficción y Fantasía) la cual, anualmente, se repetiría hasta 1998. En el año de 1999 aparece la primera convención de cómics y manga La Mole, la cual se llevó a cabo en las instalaciones de la Alberca Olímpica del D. F. Actualmente, esta convención se realiza en la Expo Reforma CANACO y posteriormente en el World Trade

Center en la Ciudad de México dedicándose al comic norteamericano en su mayoría.[1] La primera convención fue en 2001, se realizó en la Asociación México Japonesa ubicada en la Calle Fujiyama en la Colonia las Águilas en la Ciudad de México, posteriormente desaparece.

Para el año 2001, aparece la Expo-TNT, la cual se ha realizado desde sus inicios en el Centro de Convenciones de Tlatelolco. Generalmente, se llevan a cabo dos eventos al año y uno especial en que se realiza el concurso selectivo para el World Cosplay Summit. En esta convención se realiza, cotidianamente, un concurso de dibujo para la creación de la mascota del evento, además, se tienen eventos culturales y recreativos como concursos de cosplay, torneos de videojuegos, torneos de TCG (*trading card games*) y concursos de karaoke, además de otras actividades en el escenario principal. Entre las últimas ediciones de la Expo-TNT (21 y 22) que se han llevado a cabo, la primera se realizó del 19 al 21 de agosto y del 27 al 30 de octubre la segunda, ambas en el año 2011, como siempre en el Centro de Convenciones de Tlatelolco, del D.F. con el paso del tiempo la convención alterna lugares en expo reforma y cambiando la temática de lo que fue su origen presentando un escenario principal para grupos musicales e invitados especiales, y dos plataformas una de ellas se presenta música coreana y japonesa para grupos coreográficos y en la otra de invitados, y el concurso de cosplay.

Expo Comic es otra convención que surgió por parte del Instituto Mexicano de la Juventud creada por el gobierno de la Ciudad de México para satisfacer a la población joven realizando algunas ediciones como evento gratuito, a los seguidores del *anime y manga*. En dicho evento solían realizase talleres y conferencias (2007- 2009) hasta que fue cancelada y luego surge la marcha Otaku, posteriormente se celebra cada año en el mes de mayo, para reunir a los fans de las series de anime japonés en el que los jóvenes podían salir a las calles y representar un personaje con su cosplay como forma de expresión reuniéndose en el centro de la ciudad.

La Frikiplaza anteriormente llamada Bazar del Videojuego y del Entretenimiento ubicado en el eje central Lázaro Cárdenas, en la Ciudad de México es un espacio dedicado al anime, manga y videojuego por esta razón se da la mayoría de los hábitos culturales en la escena del anime, manga y se ha añadido la oleada coreana, y la moda de la alternativa asiática, sin duda es un referente para las expresiones artísticas. Los grupos Visual kei, grupos cover idol, k- pop, el cosplay, gamers, frikis es el punto de encuentro.

[1] García Núñez, Roberto & García Huerta Dassaev. (septiembre 2013 - febrero 2014). *Manifestaciones de la cultura popular del Japón en México: convenciones de cómics, anime y cosplay*. PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad, Num.5, pp. 1-17.

Actualmente se ha expandido por la república mexicana las convenciones de anime. Ciudades como Guadalajara, Monterrey, Veracruz, Puebla, Aguascalientes, Mérida entre otras han tenido eventos a los que asiste una gran cantidad de personas y aficionadas.

En México, Astroboy se convirtió en el primer *anime* transmitido por la televisión mexicana, a finales de la década de los sesenta. Después del éxito alcanzado, esta serie abre la puerta a toda una avalancha de producciones japonesas, las cuales se empiezan a transmitir en la década de los setenta a través de la televisión abierta (era la única que existía en ese tiempo) por el Canal 5 de la compañía Televisa en el Distrito Federal. A partir de allí y del éxito obtenido se convierten en parte de la programación de nuevas cadenas televisivas que fueron apareciendo (Canal 6 y 4 de Guadalajara, canales 11 y 7 de la Ciudad de México). Esta primera industria de la animación presentó un claro enfoque hacia el público infantil y fueron estas series de dibujos animados los que marcaron a muchos niños de aquella época.

Series como Astroboy, Kimba el León Blanco, Meteoro, Heidi, Marco, Remi, La abeja Maya, José Miel, Las aventuras de Gigi, entre otras son las precursoras de este fenómeno. Poco tiempo después, finales de los setenta y ochentas, se agregan otras más como: Fuerza G, Maco, la Sirena Enamorada, Ángel, El Rey Arturo, Capitán Centella, Mazinger Z, Robotech (Macross), Candy Candy, Voltrón, Supermagnetrón. Ya en los años noventa aparecen: Supercampeones, Caballeros del Zodiaco, Sailor Moon, Dragon Ball, El Duende Mágico, Cuentos de los Hermanos Green, Mikami, La Caza Fantasmas, Guerras Mágicas, las aventuras de Fly, la visión de Escaflowne, Ranma ½, Saint Tail, Pokemón entre otros programaron estas series en la televisión pública.

En aquella época es importante resaltar que muchos de estos programas eran transmitidos, gracias a que aparece un espacio en la programación televisiva enfocada a niños y adolescentes llamada “Cari-Tele”, en la recientemente privatizada Tv Azteca que antes fue Imevisión. En estas primeras dos décadas de transmisión a estas caricaturas japonesas no se les distinguía de las otras generalmente norteamericanas, pues fue hasta los noventa que, a raíz del *boom* que generaron en México como en el resto de Latinoamérica, empezaron a sobresalir de los demás dibujos animados.

La transmisión de *anime* prosiguió, tanto en canales abiertos como de paga, de una manera más reciente durante la década del 2000 (incluso aparece por primera vez un canal de paga nombrado Locomotion [1999], que luego fue llamado Animax, dedicado exclusivamente a la transmisión de *anime*, con series como: El Campeón, Street Fighter, El Principito, Los Samurái Warriors, Los Robots Ninjas, Migati, Ranma ½, Las Guerreras Mágicas, Pokemon, Dragon Ball Z, Zenki, Mojacko, Samurai X, Dragon Ball GT, Digimon, Monster Rancher, Neon Genesis Evangelion, Voltrom, Card Captor Sakura, Magical Doremi, Full Metal Alchemist, Koni-chan, Inu Yasha. Hasta su desaparición en el 2011.

Debemos mencionar que Cartoon Network en la barra Toonami programaban anime para la televisión de paga fue la mejor época en la televisión al transmitir series icónicas con todos los episodios y con una censura moderada aún se recuerdan series como Inuyasha, Dragon Ball Z, Samurái X, Yu-Yu Hakusho entre otros.

El *cosplay* se ha popularizado y se ha convertido en una práctica cotidiana en los países que cuentan con eventos sobre el cómic, y debido al éxito, incluso ya se organizan eventos y concursos internacionales entre los que tenemos al Word Cosplay Summit, que tiene como sede Nagoya, Japón, el cual es organizado por la cadena de televisión TV, en el cual, México ha obtenido un primer lugar en TV Aichi, Nagoya Japón mismo que se celebra desde el año 2003. Actualmente, aparte de Japón, participan diversos países como Australia, Brasil, China, Dinamarca, Alemania, Finlandia, Francia, Italia, Corea, México, Singapur, Tailandia, España y Estados Unidos, para darnos cuenta la relevancia mundial que tiene este evento.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La idea para la elección de nuestro tema surgió a partir de la experiencia previa de estar en contacto en un medio relacionado con el anime y el manga empecé a detectar y reflexionar los distintos procesos culturales, uno de ellos fue investigar el cine de animación por lo tanto el propósito del trabajo es investigar a la animación japonesa como industria cultural vista desde la experiencia estética, los valores y el consumo cultural analizando tres películas de cómo va influyendo en jóvenes y adultos.

Alfonso Sánchez Vázquez menciona que la estética pretende describir y explicar su objeto propio, se ocupa de ciertos hechos, procesos, actos, u objetos que sólo existen por y para el hombre, y que justamente por ello se tienen por valiosos o portadores de un valor especial: el estético, la estética aspira a producir un conocimiento objetivo.[2] Se trata de un conocimiento de lo que es valioso estéticamente le corresponde explicar cómo y por qué los valores estéticos se integran en ella. No los instituye o prescribe; no los propone ni dicta normas para su realización.

Por lo anterior de lo escrito anteriormente la moral es algo más que preferencias y realización de valores. En la perspectiva de Sánchez Vázquez, la moral forma parte de una colectividad. Consiste en un conjunto de normas y reglas de acción destinadas a regular las relaciones de los individuos en una comunidad social dada e implica no sólo el conjunto de principios, valores y prescripciones que se aceptan como válidos (dimensión normativa, sino también los actos concretos que se realizan conforme a esas normas, principios y valores (dimensión fáctica) además estas dimensiones que señala expresamente ese autor

[2] Sánchez Vázquez, Alonso. (1992). *Invitación a la Estética*, Fenom Spanish Theory, pp. 1-18.

podemos inferir otra que hace referencia a la aceptación libre y consciente de esas normas y que podemos llamar dimensión personal, de estas distinciones se derivan algunos aspectos que es indispensable atender en la educación en cuanto a valorar cuando se trabaja desde una perspectiva dialéctica. Por una parte hay que considerar el conjunto de prescripciones y valores e ideas (eticidad) que por la vía de las socialización y la enculturación se transmiten de generación a otra, atender los procedimientos en virtud de los cuales un sujeto pondera valores y construye principios conforme a los cuales juzga normas y se adhiere o no a ellas esto quiere decir, en que las sociedades ejercen diversas formas de dominación, explotación y exclusión, las cuestiones morales son también cuestiones políticas en la medida en que las normas, los principios y valores prevalecientes suelen justificar la dominación o el ejercicio del poder de unos sujetos sobre otros.

La masificación de los consumos no es el de la homogenización, sino el de las interacciones entre grupos sociales distantes en medio de una trama comunicacional muy segmentada. Las economistas han desarrollado las teorías formalmente más sofisticadas sobre esta cuestión, vinculado entre precios y salarios con la inflación, las leyes de expansión y contracción de los mercados. Pero estas explicaciones resultan insuficientes, a pesar de incorporar cuestiones psicológicas sobre las ambiciones humanas, las oscilaciones del gusto o la publicidad. El consumo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. El termino consumo, excesivamente cargado por su origen económico es la relación con otras nociones afines: recepción, apropiación audiencias o usos. La dimensión cultural del consumo y las formas de apropiación y usos deben ser tan centrales en la investigación como las estrategias del mercado. Michael de Certeau, cómo los consumidores mezclan estrategias de quienes fabrican y comercian los bienes con las tácticas necesarias para adaptarlos a la dinámica de la vida cotidiana.

Los productos culturales tienen valores de uso y de cambio, contribuyen a la reproducción de la sociedad y a veces a la expansión del capital, pero en ellos los valores simbólicos prevalecen sobre los utilitarios y mercantiles esto quiere decir que los aspectos simbólicos estéticos prevalecen que los utilitarios y mercantiles. El estudio del consumo cultural aparece, así como un lugar estratégico para repensar el tipo de sociedad que deseamos, conoce el destino de lo que producimos y la construcción social simbólica de los individuos.

OBJETIVO GENERAL

- Analizar el cine de animación japonés como industria cultural, investigando las dimensiones sociales, estéticas, valores-éticos y el comportamiento del consumo cultural.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Analizar el origen del anime en México.
- Documentar la animación japonesa: historia, aspectos culturales y la relación del mundo globalizado.
- Identificar los valores éticos, las categorías estéticas y comportamiento del consumo cultural de la industria del anime japonés.
- Diseñat y elaborar un cuadro de categorías de análisis de contenido.

¿Cómo se desarrolló y consolidó el cine de animación japonés, norteamericano y mexicano?

¿El anime como industria cultural genera cambios sociales y culturales en México?

¿Se pueden identificar valores sociales, estéticos y el comportamiento del consumo cultural en la animación japonesa?

¿Qué elementos se involucran en la elaboración de un anime, desde el relato hasta su proceso técnico?

¿Cómo se consolida el anime como industria cultural?

JUSTIFICACIÓN

Como espectador he asistido a distintas conferencias, seminarios, convenciones, talleres, eventos culturales, festivales, conciertos musicales, presentaciones de libros, obras de teatro, exposiciones en los museos una variedad de riqueza y consumo cultural que solo se da asistiendo a los sitios de forma gratuita o pagando una cuota por la entrada, a su vez de venir de una generación de televisión abierta consumiendo en su mayor parte por shows y de entretenimiento americano y una televisión privada cuando en casa obteniendo el servicio de series, documentales, caricaturas, videos musicales más entretenimiento americano, la radio como forma de escuchar otras opciones en su momento los locutores disponían de la moda del momento y con la llegada del internet poder interactuar con otras personas tus gustos propios y las redes sociales en sus inicios era la novedad en foros especializados, páginas web, salas de chat y obteniendo el correo electrónico de la persona poder conversar con el otro de manera simultánea con la inexistente plataforma de mensajería Messenger. Actualmente ha evolucionado de manera acelerada estas interacciones y relaciones con las personas Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, un sinfín de aplicaciones y el entretenimiento fue en aumento ver series coreanas, animaciones japonesas, películas de origen francés e italiano, escuchar música rusa y alemana, aprender de lo que hacen en Argentina y España, de cualquier otro país miramos el mundo con otros ojos la riqueza cultural, su patrimonio e historia como nunca ha pasado en la humanidad.

El objetivo de este trabajo es averiguar como el gestor cultural interviene en la industria del animé y cómo se desarrolla en la Ciudad de México, analizar tres películas de animación japonesa desde la perspectiva de la estética, valores y el consumo cultural

Este mismo es fundador de una economía de consumo desarrollando empresas creativas generando una industria cultural en el que tanto los jóvenes y adultos disfrutan convirtiéndose en un producto cultural

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo recepcional se realizó para obtener el grado de la Licenciatura en Arte y patrimonio Cultural con especialidad en Gestión Cultural en el área de las Ciencias Sociales y Humanidades. La investigación tiene la intención de abordar los temas de la Industria Cultural, los valores, la estética y el consumo cultural dentro del cine de animación japonesa.

En el primer capítulo, lleva como título aspectos generales culturales comprende la descripción de la identidad mexicana, que es la cultura, la gestión y la industria cultural.

En el segundo capítulo denominado el origen del cine de animación japonés comienza con el inicio de la animación japonesa, posteriormente el cine de animación norteamericana y por último la animación mexicana, investigando el proceso histórico en cada una de estas regiones.

En el tercer capítulo, estética en la animación japonesa se comienza a explicar de cómo se elabora la técnica y la estética en el cine de animación, la psicología que transmite este arte visual, así como sus raíces biológicas, la modernidad a través del anime además su relación del manga en su ilustración en la creación artística y por último las características de la vida de un otaku.

En el cuarto de capitulo nombrado la industria cultural en la animación se menciona la cultura de mercado, además se indica las industrias culturales en México, posteriormente como Gilles Lipovetsky y Jean Serroy expone la estetización del mundo, así como fue evolucionando la teoría de los videojuegos, finalmente el estudio de lo real y lo virtual.

En el quinto capítulo que se denomina estudio de campo contiene la metodología de investigación, primero un análisis de un cine de animación, aprender cómo se crea los personajes principales y la construcción de una historia como es el caso del filme *Haru en el reino de los gatos* dirigida por Hiroyuki Morita, así como la elaboración de la metodología de un cuestionario de análisis de contenido para la creación de categorías y la investigación para identificar los aspectos mágicos, políticos, sociales, éticos, psicológicos, en un segundo apartado, la estética de la animación en cuanto a lo bello, grotesco, trágico y cómico, y el consumo cultural de los participantes e interpretar los resultados de tres películas de cine de animación japonés de forma cualitativa y cuantitativa

CAPITULO 1. CONCEPTOS CULTURALES PRELIMINARES

La identidad cultural se trata de un sentimiento de pertenencia a un colectivo social que posee una serie de características y rasgos culturales únicos, que le hacen diferenciarse del resto y por los que también es valorado y apreciado. La importancia social que tiene un pueblo poseer un pasado para la construcción de un futuro, es decir no existiría una identidad cultural sin memoria.

1.1 La identidad mexicana

En el texto *El México profundo,* Guillermo Bonfil Batalla, menciona que, en un mercado regido principalmente por los Estados Unidos, la exportación de productos elaborados es limitada porque la industria mexicana no es competitiva a nivel internacional, salvo en ramas aisladas. La calidad y el precio de muchos productos nacionales, debido al torcido desarrollo industrial, no compiten con los productos extranjeros introducidos de contrabando y vendidos abiertamente en cualquier sitio y se restringe el mercado para la producción nacional, por otra parte, se incrementa la fuga de divisas en circuitos informales. La publicidad como fuerza introductora para imponer modelos de consumo empobrecen y deterioran al consumidor no sólo se gasta mucho más de lo necesario, sino que se desvía una parte muy significativa del precario presupuesto familiar que tendría un mayor empleo del recurso aplicado a otros satisfactores.[3]

La importancia de un pueblo invisible y mudo para el sentir el México imaginario. Las propuestas de la derecha reflejan nostalgia del camino andado y que ese futuro del capital es la mejor respuesta y la izquierda no alcanza a definir un proyecto medianamente convincente: se especializó demasiado en la crítica y se muestra incapaz de proponer un futuro a partir de esta realidad. El proyecto a futuro y la incapacidad para formular otro que no reincida en las viejas trampas, ese nuevo proyecto no podrá ser armado de retazos, hoy es algo mucho más profundo, lo que nos inmoviliza. La única salida posible, ardua y difícil sin duda, pero la única es sacar del México profundo la voluntad histórica para formular y emprender nuestro propio camino civilizatorio.

[3] Bonfil, Batalla Guillermo. (1987). *México Profundo una civilización negada. En Cultura Mexicana: Revisión y Prospectiva* (pp. 17-50). Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, DF.: Editorial Grijalbo.

La vía para crear una auténtica cultura nacional se trataría de desarrollar una nación pluricultural, señala una descentralización social de las decisiones, no una descentralización territorial de la administración. Es reconocer y reforzar las comunidades locales. Los límites municipales y ejidales fragmentan con frecuencia a una comunidad original; los barrios se ignoran como base social y espacial del gobierno de las ciudades y se atenta contra su integridad mediante medidas urbanísticas que responden a la moda, a la corrupción, o una visión tecnocrática derivada de modelos ajenos. La propuesta es una política educativa, en manos de la comunidad tomando las decisiones de los contenidos, recuperando el control cultural y el financiamiento sea autogestionado

El México profundo, pretende acercar a la comunidad un proyecto alterno al modelo civilizatorio imaginario moderno, sin descuidar la identidad y el proceso histórico mexicano con bases en la diversidad cultural y del pluralismo en cada territorio, barrio y colonia, no se trata de negar la civilización occidental ni tampoco las raíces mesoamericanas es construir todos los elementos culturales en la posibilidad de un México mejor para todos.

Carlos Monsiváis, propone la ciudadanía cultural integrada por los gustos, las prácticas y las sensibilidades compartidas, los primeros obstáculos para ejercer la ciudadanía son la desigualdad y las costumbres del uso del tiempo libre, ahora a cargo de las industrias culturales.

El sociólogo N. Bauman dice que "lo nuevo en la era global es la pérdida del nexo entre pobreza y riqueza, y esto a causa de la globalización que dominan el espacio y no tienen tiempo, y pobre localizados que se pegan al espacio y deben matar su tiempo con el que no tienen nada que hacer"[4]

El mercado libre impone sus reglas, sin embargo, el disfrute cultural está por encima de las disciplinas intelectuales y artísticas, no disminuyendo el valor de las ideas en el que la cultura es una vía de movilidad del uso de capacidades creativas, fomentando la imaginación. El fundamentalismo de la derecha carece por completo de ideas y a la izquierda política todavía le afecta la vulgarización dogmática que le ha representado.

Las artes y las humanidades son necesarias en la vida de las personas por lo que existe una gran oferta de ellas, como obras de teatro, ciclo de cine, exposiciones en los museos, danza, conferencias, orquestas sinfónicas, televisión y radio cultural, redes sociales, blogs y páginas web. El Estado invierte en salarios burocráticos de las instituciones culturales, siempre reduciendo el presupuesto en la inversión de la cultura y lo poco invertido en el entretenimiento por lo regular, en musicales, en plazas, municipios y

[4] Monsiváis Carlos. (2008). *Cultura Mexicana: Revisión y Prospectiva: De las ciudadanías culturales en siglo XXI.* (pp.17-18.) México, DF. bn: Editorial Taurus, Santillana ediciones generales.

alcaldías públicas, sin tener proyectos culturales definidos, y la poca administración para regulación de los recursos para la cultura, se destinan a eventos gratuitos para la población dejando con pocos recursos a las instituciones, así como dando dádivas de concursos y premios como el FONCA, mismos que solo algunos artistas se les asigna el recurso mediante compadrazgos. La incapacidad de las escuelas públicas y privadas en renovar los métodos de enseñanza y la falta de recursos para actualizarse en el uso de las nuevas tecnologías, impiden la eficiencia de este sector, ni siquiera la reforma educativa que impulsó el Presidente Enrique Peña Nieto en el inicio de su sexenio para evaluar a los maestros y descentralizar al sindicato no aportará cambios al no proveer de planes educativos eficientes, los profesores no pueden transmitir lo que no poseen, por ejemplo, el placer de la lectura, las artes, las ciencias y las bibliotecas de sus instituciones tienen poco acervo, al parecer los maestros transmiten su experiencia personal y gremial, parece que el libro que da el gobierno es prescindible.

Un caso exitoso que deberíamos de analizar es el sistema educativo de Singapur, en el que gobierno, empresas privadas, maestros en constante evaluación y padres de familia impulsan a la juventud en actividades culturales y artísticas. En el caso mexicano, la vocación o el impulso de la curiosidad permite lectores activos, aunque el uso del Internet ha renovado la experiencia diaria de lectura, existe un analfabetismo digital, una pobre redacción y comprensión lectora, solo quedará el divertimento de los videos en las redes sociales, el chat como antídoto, el celular inteligente que en realidad el que lo porta lo hace sentir como parte de la globalización.

Los partidarios del multiculturalismo pueden usar el término para defender el reconocimiento de la diferencia, o enfrentar ideas y políticas impuestas por los conquistadores, o defender el cosmopolitismo de la humanidad aunque esta su demonio gemelo “lo políticamente correcto” le sirve a los conservadores en la defensa de los derechos en los cuales se debe impulsar en ideas más equilibradas, por esta razón el debate actual sobre identidad, marginación, tolerancia, derecho de las minorías, reconocimiento del otro, prácticas de inclusión tienen que ver con la diversidad, ya que un espacio geográfico coinciden varias culturas y se olvidan de que lo diverso no existe en lo homogéneo.

Las élites que buscan con éxito controlar medios, son de derecha y la falta tajante de alternativas nulifica o reduce significativamente las libertades de las minorías, éstas se ilusionan de igualarse con la burguesía, le temen a la polarización y al populismo, una gran parte de la modernización depende del olvido, la desigualdad deshumaniza a quienes la padecen y a quienes la mantienen, degrada a diario la moral y la ética, robustece la voluntad de engaño. Emilio Azcárraga Milmo, menciona que México es un país de una clase modesta muy jodida, los jodidos sólo dejarán de serlo por vía del ascenso económico, el mismo que les está radicalmente negado, según dijo el señor Azcárraga, le ofrece a la

población además de alegría, un entretenimiento sano y que les brindará satisfacción interna". [5]

La democratización de la cultura es clara, la indiferencia del Estado que califica al populismo se describe como imposición de los gustos elitistas en el sagrado espacio de autonomía de las clases populares, cuyo gusto cae en lo vulgar, favoreciendo a la música, museos, teatros y artes en que el gobierno no cree en la ampliación de públicos y destina el dinero a los mismos de siempre.

La integración cultural es la admiración por la cultura estadounidense, basada en la limitación obligatoria de los hábitos de la modernidad, el rechazo a la preservación de símbolos lingüísticos de comunidades y de sus costumbres, por ello es imposible detener el avance de la americanización, como lo es también el método del impacto tecnológico que une a las clases sociales y que a los jóvenes de clases populares los lleva a "americanizarse".

Todos van al cine, todos tienen un punto de vista sobre las películas con sus opiniones, pero durante un tiempo largo este capital cultural se dispersa y crece, la mayoría de los productos fílmicos requiere de un público enorme que compense los presupuestos desmedidos, incrementa el desarrollo de la tecnología, lo que comúnmente se conoce como efectos especiales, normados por la estética y la publicidad. La piratería desplaza los comercios formales, impulsa las reproducciones ilegales y la censura, reafirma la necesidad de los usuarios a nuevas experiencias en el que las películas y series de diferentes temáticas estén al orden día, el sexo se ha normalizado, la violencia y el morbo.

José Carlos Lozano menciona que la hegemonía estadounidense de películas, programas de televisión, música, noticias, historietas y sitios de internet ha marcado predominio en la producción y distribución de mensajes comunicacionales de información y entretenimiento. El primero es el grado de equilibrio en la oferta de contenidos nacionales y estadounidenses dirigidas a las audiencias mexicanas. La segunda se relaciona con las preferencias nacionales o extranjeras de dichas audiencias nacionales, aborda el espinoso tema de las consecuencias ideológicas del consumo de mensajes estadounidenses en la identidad de los públicos que se exponen mayoritariamente a ellos. [6]

Los contenidos ideológicos de cada mensaje comunicacional, asimismo, se caracterizan muchas veces por presentar tensiones entre lo hegemónico y lo alternativo. La ideología estadounidense se caracteriza en el materialismo, consumismo, individualismo, etnocentrismo, su objetivo es el lucro o servicio público con los intereses económicos y

[5]Monsiváis Carlos. (2008*). Cultura Mexicana: Revisión y Prospectiva: De las ciudadanías culturales en siglo XXI.* (pp.29-30.) México, DF. bn: Editorial Taurus, Santillana ediciones generales.

[6] Ibidem.

posiciones de clase de los dueños sin embargo, los televidentes reaccionan, cuestionan cosas, comparan opiniones con amigos y familiares no necesariamente son inmunes a la manipulación o sesgos y visiones ideológicas de los medios debe haber una apropiación de significados y propuestas de sentido en medida del consumo cultural.

En la segunda conferencia general de la UNESCO, celebrada en México en 1947 inspiró en el programa de cultura al año siguiente. Francia dio forma intelectual al concepto de política cultural de André Malraux, su primer ministro de cultura, hacia el arte como forma suprema de la cultura. Con el tiempo el Estado mexicano ha creado instituciones culturales para la conservación y salvaguarda del patrimonio cultural monumental, etnológico y arqueológico. La política neoliberal ha desplazado el peso de las acciones de la cultura del Estado hacia el mercado y esto se ha reflejado en los documentos y políticas internacionales, por lo tanto, al abordar el desarrollo tan desigual entre los países y en su interior en el capitalismo mundial, no puede prescindirse en la discusión sobre el proceso de la diversidad cultural. Al finalizar la Guerra Fría las líneas del debate sobre las políticas culturales se alteraron por el impulso de la globalización provocó con gran alarma en los países en desarrollo por la destrucción de sus culturas autóctonas y tradicionales de modo que la diversidad, los derechos humanos, la democracia y la equidad es el nuevo desarrollo productivo en este ecosistema global.

La excepción cultural son las reglas de comercio en relación con los bienes que tienen contenidos culturales. Significa que los inversionistas estadounidenses que invertían en películas en cualquier país tendrían que recibir los mismos subsidios que los inversionistas nacionales.

Ahora vivimos en capitalismo cultural como lo refiere Jeremy Rifkin, en el que las ideas, los logos (Naomi Klein), las denominaciones de origen y la propiedad intelectual tienen cada vez mayor importancia en las ventajas competitivas. Todos estos recursos, como se les llama en un contexto de mercado, están enlazados con la cultura, la creatividad y la innovación. [7]

La homogenización de los contenidos culturales y ante lo que trae consigo en términos intelectuales y de creatividad. En efecto, los mexicanos encuentran menos oportunidades para empezar a formarse en la producción creativa en todas estas industrias, lo que los coloca en desventaja frente a sus pares en países industrializados, sin embargo, la globalización de los medios ofrece una mayor diversidad de contenidos culturales sin relación directa con el entorno social y las preocupaciones inmediatas de los públicos.

[7] Monsiváis Carlos. (2008). *Cultura Mexicana: Revisión y Prospectiva: De las ciudadanías culturales en siglo XXI.* (pp.29-30.) México, DF. bn: Editorial Taurus, Santillana ediciones generales.

Debemos comprender el juego de la globalización, se puede promover el nacionalismo cultural en el cual persisten los rasgos de origen, pero modificados por la presencia de elementos de otras culturas y la distribución de contenidos facilitará la producción nacional y la estructura simbólica construyendo un medio de expresión artístico rompiendo las fronteras propiciando la creatividad. La libertad cultural puede propiciar que las instituciones, los creadores y los grupos culturales logren readaptar sus iniciativas a la ampliación global de una interactividad cultural que a partir de ahora será incesante.

La cultura depende de una hibridación de formas simbólicas que adquiere un individuo y lo transforma en la sociedad, pero también depende de los sistemas educativos en donde el individuo, falta de elementos para construir su formación, introduce la cultura visual, una parte de los reality shows o talk shows se vuelven obligaciones sociales, porque marcan los criterios del avance social. Las series relegan a los espectadores con la formación mediática.

Con la globalización en el uso del tiempo libre, o la ociosidad, las industrias culturales de Norteamérica son la fuerza dominante, cada momento se impone la moda, el cine, la literatura, la animación. El crecimiento de los movimientos que buscan otra vía de manipulación de conciencias en el terreno cultural de la diversidad, se abre a los modos de vida y productos culturales alternativos, esto lo vemos ahora en Internet, en el que interactúan los melodramas turcos y coreanos, animaciones japonesas, cine de la India y los distintos ritmos musicales globales, la expresión más cuidada es el cine, es un gran espectáculo, seguramente el mayor instrumento propagandístico de largo alcance, es propiedad de la diversión y la censura; el Estado cuida de los límites de la expresión fílmica la autocensura aprueban o desaprueban la cartelera, todos van al cine cuya influencia es desmedida, sin embargo, el parámetro norteamericano es:

Las tradiciones nunca se perdieron al contrario florecieron en otras, somos parte de un engranaje en que la cultura está en constante movimiento en un proceso de "sincretismo cultural", es decir, un proceso de interacción entre culturas mediante el cual estas asimilan los rasgos más significativos de una y otra. Se entremezclan las culturas dando origen a manifestaciones culturales nuevas.[8]

Posteriormente, la noción de hibridación a la que García Canclini se refiere en "Culturas híbridas" como un concepto social que atañe a las culturas latinoamericanas, según García Canclini, este término posee mayor capacidad de abarcar diversas mezclas interculturales que con el mestizaje, limitado a las que ocurren entre razas, sincretismo, casi siempre en funciones religiosas o de movimientos simbólicos tradicionales.[9]

---

[8] García Canclini, Néstor. (1997). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Universidad de Colima. México.

[9] Ibidem.

Hablar de hibridación nos permite observar que la interculturalidad existe en cada rincón del país, en cada pueblo y barrio, por consiguiente, la forma de vida que conservan las personas de una comunidad son vínculos que perduran a través del tiempo, los lazos se heredan de generación en generación y mantienen su cultura.

Identificarse con los demás de distintas maneras puede ser muy importante para vivir en una sociedad, existen dos tipos de reduccionismo por un lado la indiferencia hacia la identidad consiste en ignorar o directamente negar, la influencia de cualquier sentido de identidad con los demás, respecto a lo que valoramos y de cómo nos comportamos. Y por el otro está la filiación singular que adopta la forma de suponer que cualquier persona pertenece especialmente para todos los propósitos prácticos a una sola colectividad.

Las complejidades de los grupos plurales y múltiples lealtades desaparecen al ver cada persona firmemente incorporada en una sola filiación reemplazando la riqueza de llevar una vida humana abundante con la estrechez estereotipada de insistir en que toda persona está situada exclusivamente en un grupo orgánico.

1.2 ¿Qué es la cultura?

En el ensayo de Gabriel Zaid, el término cultura alude a tres acepciones, la primera está documenta desde 1515 cuyo significado se refiere al "cultivo del campo". La segunda en 1729 se presenta en el primer diccionario de la Real Academia Española como "la labor del campo o el ejercicio en que se emplea el labrador o el jardinero", se encontraba también "metafóricamente es el cuidado y aplicación para que alguna cosa se perfeccione, como la enseñanza en un joven, para que pueda lucir su entendimiento", lo mismo sería para culto, en el sentido de reverencia o adoración. La tercera se concibe como una mejor acepción (1984), donde se abre a dos significados: "Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época o grupo social" y "Conjunto de manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo."[10]

Un antropólogo marcado por el historicismo alemán que brillo en los años veinte y treinta del siglo pasado; Franz Boas, elaboró el concepto de cultura de modo que atraviesa por tres fases sucesivas, éstas son la fase concreta, la fase abstracta y la frase simbólica caracterizadas respectivamente por conceptos claves: costumbres, modelos y significados; ya que no sigue la forma tradicional de su antecesor Tylor, de un proceso de evolución lineal de "cultura primitiva", es decir, por el animismo y el horizonte mítico. La frase concreta es entendida por el conjunto de costumbres, es decir, de las formas o modos de

[10] Zaid Gabriel. (31 octubre 2006). El primer concepto de cultura. Letras Libres, 1.

vida que caracterizan e identifican a un pueblo. En la fase abstracta se define a la cultura en términos de modelos, pautas, parámetros, esquemas de comportamiento, es decir, las "costumbres", a los modelos de comportamiento y se restringe a los sistemas de valores y a los modelos normativos.

En la tercera fase simbólica; la cultura se define como "telaraña de significados", dice Clifford Gertz que son "estructuras de significación socialmente establecidas", la cultura es vista como un texto, un texto escrito por los nativos, que el antropólogo se esfuerza en interpretar, el saber del antropólogo consiste en una interpretación de interpretaciones".[11]

Clifford Gerts y John B. Thompson, con relación a "la concepción simbólica", mencionan que es el conjunto de hechos simbólicos presentes de una sociedad, históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten experiencias, concepciones y creencias.[12]

Por lo anterior me he preguntado ¿qué es lo simbólico? y siguiendo el ensayo de Gilberto Giménez, indica que Gertz, lo simbólico son las representaciones sociales materializadas en formas sensibles, llamadas "formas simbólicas" pueden ser expresiones, artefactos, acciones, acontecimientos y alguna cualidad o relación; lo simbólico lo recubre el vasto conjunto de los procesos sociales de significación y comunicación.

La problemática de los códigos sociales puede entenderse como sistemas articulatorios de símbolos, determinan las posibles articulaciones o combinaciones entre los mismos en el contexto apropiado. La problemática de la producción del sentido, de ideas y de representaciones y visiones del mundo.

La problemática de la interpretación o del reconocimiento que permite comprender la cultura como "gramática de reconocimiento" o "Inter conocimiento social", es decir, las interpretaciones consolidadas e innovadoras presentes en una determinada sociedad. Lo que me llama la atención es una observación sobre la realidad del símbolo, no es solamente un significado producido para ser descifrado como un "texto", sino también, un instrumento de intervención sobre el mundo y un dispositivo de poder. Para concluir este apartado los sistemas simbólicos son al mismo tiempo representaciones, modelos y orientaciones para la acción.[13]

Esta concepción simbólica que mencionan los dos autores de esta interpretación y se representan en una forma simbólica, y lo mencionan como una telaraña de significados; y que los individuos le damos un valor, una creencia; es un mecanismo que representa una

[11] Giménez, Gilberto (2005), "La concepción simbólica de la cultura", en Teoría y análisis de la cultura. México, Conaculta, 2005, pp. 67–87

[12] B. Thompson John, (1998) "Ideología y cultura moderna". UNAM, Pag.161

[13] Ibidem

idea creativa; me queda claro que los símbolos son representaciones culturales que lo expresamos por medio de una significación y comunicación.

El poder simbólico como instrumento de dominación ejercida por los sectores dominantes ejerce una clase sobre otra, la reproducción simbólica de la sociedad la comunicación masiva, entendida como la producción institucionalizada y la difusión generalizada de bienes simbólicos por conducto de la transmisión y la acumulación de información y comunicación.

Alexander Alland define al arte como un juego con la forma que produce algún tipo de representación, de transformación estéticamente lograda; el ingrediente estético apunta a la existencia universal de una capacidad humana para dar respuestas emocionales de apreciación y placer cuando el arte es logrado. [14]

La transformación-representación se refiere al aspecto comunicativo del arte; a diferencia de lo que ocurre en otras formas de comunicación, la representación, para ser arte, debe transformarse en algún tipo de afirmación, movimiento, imagen u objetos metafóricos o simbólicos que sustituyen a lo que está representado.

1.3 ¿Qué es la gestión cultural?

La gestión cultural es una acción de campo muy reciente, sigue evolucionando y transformándose como cultura. El origen de la disciplina suele ubicarse en el comienzo de la institucionalización de la cultura, marcada históricamente con la apertura del Ministerio de Cultura francés en 1959. André Malraux fue pionero de las casas de cultura, podría decirse que fue el primer promotor cultural en los municipios y barrios franceses.

En México con las misiones culturales y educativas Vasconcelistas se crearon instituciones que serían los primeros promotores culturales, desde su propia formación lograron la identidad de un país a través de las Bellas Artes y la educación, posteriormente se fue encaminando a la profesionalización de los gestores culturales por medio de la institucionalización, implicó la apropiación del estado de codificación, jerarquización de la cultura y la significación de la cultura.

El gestor cultural es un mediador entre la creación, la participación y consumo cultural. Un profesional capaz de ayudar a desarrollar el trabajo artístico y cultural e insértalo en una estrategia social, territorial o de mercado. Las competencias profesionales de un gestor hacen viable un proyecto cultural en sus dimensiones económica, social,

[14] M Harris. (1971). *Introducción a antropología general*. Capítulo 24, Pp. 478-482

política y territorial; considero que el gestor cultural profesional cualificado teniendo una experiencia en el sector y como toda actividad debe ser renumerada económicamente. [15]

Para Lucina Jiménez la gestión es un campo que se deriva fundamentalmente de la práctica, pero ello no es contradictorio con la necesidad de contar con espacios académicos solidos que permitan sistematizar metodologías, adquirir herramientas teóricas que enriquezcan la práctica y actualizar el perfil de los profesionales. Igualmente, hacen falta espacios de investigación y prospectiva de la cultura y de política culturales comparadas. Las carreras de gestión cultural forman a los estudiantes para que puedan realizar intervenciones culturales directas con una visión social. Su pretensión es crear estrategias de la cultura que puedan actuar en distintos ámbitos y adaptarse a las condiciones y necesidades de los diferentes contextos, incluidos los internacionales. Los gestores culturales deben contar con las herramientas necesarias para realizar esa intervención. Deben tener una formación teórica e histórica sobre la cultura, el patrimonio y el arte en las sociedades.

La gestión cultural, a pesar de su corta vida, se acompaña de múltiples acepciones y nombramientos: promoción cultural, gestión cultural, gestión de lo cultural, animación sociocultural, mediación cultural, administración cultural, gestión de la cultura, arts. management o gerencia cultural. En un principio la palabra gestión implantó una idea que para muchos críticos reduce a la cultura a un producto de mercantilización. La definición que propone Bernárdez López lo confirma: "la gestión cultural es la administración de los recursos de una organización cultural, con el objetivo de ofrecer un producto o servicio que llegue al mayor número de público o consumidores, procurándoles la máxima satisfacción." Por su parte, Adolfo Colombres apunta que la administración cultural fue reemplazada por el de gestión cultural ya que la primera fue cuestionada por diversos sectores del ámbito cultural, y concluye diciendo: "una primera definición que nos acerca a las posibilidades de la palabra es que, si bien ésta está relacionada con la administración, con la obligación de rendir cuentas también implica dar origen, generar, producir hechos, conducir, realizar acciones." No hay que olvidar que la propia necesidad de esta formación nace desde las instituciones culturales, más específicamente desde los museos, espacios especializados en la salvaguardia y difusión del patrimonio cultural. [16]

[15] Mònica Arús, Cesc Casa desús, Joan Oller, Valentí Oviedo, Cristina Salvador, Anna Soler-Pont, (Julio 2011). *Guía de buenas prácticas de la gestión cultural*. Barcelona: Asociación de Profesionales de la gestión Cultural.

[16] Román Laura Elena. (junio 1 de 2011). *Una revisión teórica sobre la gestión cultura*, Revista Digital de Gestión cultural, Año 1, número 1, pp. 1-17.

La gestión permite alcanzar objetivos y metas en un campo de especialización multidisciplinar de generación del conocimiento ha implicado el reconocimiento en el diseño y ejecución de proyectos y políticas culturales.

1.4 ¿Qué es industria cultural?

Theodor Adorno y Max Horkheimer (1988) acuñan el término "Industria Cultural", para referirse (entre otras cuestiones) a la introducción de técnicas de reproducción masiva y serializada en las creaciones artísticas, a la vez que daban cuenta tempranamente de la estandarización de los bienes culturales destinados al público masivo.

Un rasgo de las industrias culturales, según Ramón Zallo (1988), es la capacidad a partir de la aplicación del desarrollo tecnológico de establecer un prototipo que permita el desarrollo de la economía. Es decir, que ese prototipo es necesario para la multiplicación de un conjunto de productos a partir de ese producto, es decir, la serialización. menciona que hay cinco fases básicas en los procesos globales de producción de la cultura industrializada (incluido el proceso de circulación). Las fases son las siguientes: 1) creación original (redacción, guion, stock de información); 2) prototipo (dirección, realización, formalización, grabación); 3) edición-planificación-programación; 4) reproducción-emisión; y 5) distribución-exhibición-difusión. En cuarto lugar, hace referencia a la distinción entre la actividad de la representación, de edición y de emisión. Aunque aclara que la delimitación de las industrias desde un punto de vista técnico resulta limitativa a las formas complejas que adoptan algunas de ellas y que por ello hay que tener en cuenta otros criterios como la continuidad, la discontinuidad de la relación entre producto y mercado o la interactividad (stock permanente y renovable, uso individualizado).

En la página web oficial de la UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*-Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) se plantea que las principales características de las industrias culturales son: la doble naturaleza económica y cultural, la incorporación de la creatividad humana en la producción, los bienes creados y servicios proveídos protegidos por la propiedad intelectual y se destaca a su vez la innovación.[17]

La industria cultural contiene en sus productos técnicas en sus objetos capaz poseer un soporte ideológico procurando ser una conexión con las personas en el que ya no solo es un producto efímero, sino vender emociones adquiriendo una construcción social.

[17] Castro-Higueras Antonio. (octubre 2016). De las industrias culturales a las industrias creativas: una visión crítica. Researchgate, 1, pp. 1-18.

CAPITULO 2. EL ORIGEN DEL CINE DE ANIMACIÓN JAPONÉS, NORTEAMERICANA Y MEXICANA.

El cine de animación se caracteriza en la interacción de imágenes y sonidos creando una ilusión de movimiento continuo. El espectador experimenta una sensación de movimiento físico con esta expresión audiovisual. Hoy en día la animación tiene una influencia en el mundo del cine, la televisión, redes sociales y en los videojuegos.

2.1 Cine de animación japonés

Al anime[18] lo debemos entender como un estilo concreto de animación de imágenes en movimiento, que es influenciado por la forma de dibujo narrativo. En un primer momento, el estilo de animación se produjo de forma exclusiva en Japón, pero con el paso de las décadas, la producción se extendió de manera globalizada. Por su parte, el *manga*[19] es la palabra japonesa con la que se conoce a las historietas o comics realizados en oriente, dentro y fuera de Japón, la combinación del arte gráfico japonés y la historieta occidental fue el inicio del manga, que son dibujos ilustrados en forma de viñetas que suelen tratarse de unos cuadros limitados por líneas negras que representa un instante de la historia descriptiva narrativa, y una vez realizado el proceso del dibujo ilustrado lo transforman en imágenes en movimiento, a esto le llamamos anime. Quienes la dibujan reciben el nombre mangaka[20], ellos pueden tener o no un estudio en el dibujo y otros lo realizan en escuelas especializadas de arte, pues su trabajo de ellos es la creación del diseño del dibujo y la trama de la historia.

Existe una discusión sobre el origen del término anime. Algunos se decantan por considerarlo una adaptación de la palabra inglesa *animation*, mientras que otros defienden su vinculación con la palabra francesa *animé*. Podríamos considerar que la teoría más cercana es aquella que lo vincula al término francés, ya que anime en japonés se relaciona con sus ideogramas pertenecientes al katakana (palabras utilizadas de origen extranjero). Al tratarse de una palabra de origen extranjero fonéticamente la más cercana es animé, por este motivo, nos inclinamos por la adaptación del término francés. [21]

[18] Imágenes en movimiento realizados en Japón.

[19] Es la palabra japonesa para designar al nombre de historieta.

[20] Es la palabra japonesa con la que se conoce al creador de la historieta o comic.

[21] Rodríguez Fernández Iván. (2014). *El realismo en el anime: Una perspectiva occidental a través de sus obras más populares.* Madrid: Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I

Los dibujos ukyo-e [22] se puede decir que son el ancestro del manga y el anime mediante xilografía, es una técnica de impresión sobre unas tablas de madera muy popular en la época en el que los artistas y comerciantes empezaron a pintar y escribir en libros llamados ehon[23].

El origen del Manga se inició con el Chöjugiga que son dibujos satíricos de animales antropomorfos atribuidos a Toba no Söjö (siglos XI y XII). Durante el período Edo y Meiji, el libro Ehon tuvo un gran desarrollo y produjo narraciones comparables a los géneros actuales del manga, que van de la historia a la comedia y a la crítica. El término manga fue acuñado por Katsushika Hokusai, en el siglo XIX, al combinar los kanjis correspondientes a informal (漫 man) y a dibujo (画 ga), y popularizó el vocablo manga con una serie de libros de ilustraciones que fueron publicados en 15 volúmenes, entre 1814 y 1878. Hokusai realiza distintos Mangas que contienen más de 4.000 ilustraciones. Este tipo de libros con colecciones de imágenes, con todo tipo de temas a veces inconexos, servían para la enseñanza del dibujo y eran habitualmente utilizados por los artistas de los periodos Edo y Meiji. Cuando comenzó la era Meiji, los artistas europeos se maravillaron del ukiyo-e, por la exótica belleza que transmitía. El manga moderno se origina imitando el esteticismo de los libros ehon y se elabora mezclando el estilo del ukiyo-e con el estilo de dibujo occidental. Desde la Segunda Guerra Mundial evoluciona progresivamente hasta lo que hoy conocemos[24]

En la historia del anime se considera la intervención de las artes escénicas, el teatro de sombras (Utsushi-e) y del teatro de papel (kamishibai) en los cuales el espectador podía observar la proyección que se formaba al iluminar con un haz de luz de linterna, unas siluetas, las cuales disponían de varias partes móviles que ayudaban a crear el movimiento. Los espectáculos de sombras que se manipulaban a mano, proyectándose en una pantalla, el teatro de imágenes de papel o con marionetas y el narrador de las historias que da dio vida a la representación artística, quién se apoya en los dibujos para conseguir captar la atención del público, serían el comienzo del animé.

En 1913 Seitaro Kitayama realizó varias pruebas empleando tinta china sobre papel, posteriormente, en 1918 el niño melocotón (Momotaro) fue la primera película japonesa en

[22] Grabado Japonés generalmente representado por cortesanas, samuráis, geishas, actores y paisajes.

[23] Libros ilustrados japoneses que fueron muy populares durante el periodo Edo (1603-1868) y Meiji, (1867-1912) Al principio del periodo Edo fueron apareciendo numerosos libros que relataban las costumbres y las fiestas, ilustrados con estampas de artistas famosos. Esta demanda de libros de entretenimiento que llegaron a tratar con todo tipo de acontecimientos y situaciones. Los había sobre héroes, guerreros, la vida, la naturaleza, el paisaje, la familia, el teatro. Ehon origen del manga Exposición Biblioteca Central de la UNEP Planta Baja, Madrid, 23 de enero al 17 de febrero 2012.

[24] Ehon origen del manga Exposición Biblioteca Central de la UNEP Planta Baja, Madrid, 23 de enero al 17 de febrero 2012.

estrenarse fuera del país que tuvo como sede fue Francia. En esa misma década se destacó Oten Shimokawa, dibujante proveniente de la prensa diaria; quien utilizó a sus personajes propios de sus tiras cómicas[25] Estos pioneros empezaron a experimentar la animación con la técnica en tiza sobre una pizarra.

¡Como lo menciona Frederik L. Schodt en Manga! *¡Manga!: The World of Japanese Comics*, los locos años veinte fueron una década vertiginosas de libertades políticas y sociales sin comparación, que permitieron experiencias tanto en lo ideológico como en el estilo de vida. Igual que sucedía en Estados Unidos, las ciudades japonesas latían por entonces al ritmo del *jazz*, mientras las gafas a lo Harold Lloyd, los pantalones anchos y los vestidos de *flapper* causaban furor entre la juventud urbanita sofisticada, llamada *moga – mobo* (abreviación de *modan gâru – modan bôi*, del inglés *modern girl – modern boy*). Artistas como Saseo Ono y Hisara Tanaka, describen esta sociedad progresivamente decadente que se encuentra en los cafés, los bares y los teatros de Tokio. Ono, en particular, se hizo famoso por sus dibujos eróticos de chicas *flapper*. Suavizado por los estándares de hoy día, su trabajo cayó en la categoría de lo que después fue bautizado como arte *ero-guro-nansensu* («erótico, grotesco, sin sentido»), del que son herederos los actuales tebeos eróticos y las tiras humorísticas para adultos.

En los años veinte, Junichi Kouchi, Kiichiro Kanai y Zenjiro "Sanae" Yamamoto añadieron los matices grises a los dibujos, en los que hasta ese momento se usaba la tinta china, pero Noburo Ofuji, antiguo alumno de Kouchi, desarrolló su propia técnica de animación el Chiyogami-eiga, el cual consistía en figuras recortadas de un tipo de papel semitransparente que solo existía en Japón (Chiyogami) y que se colocaba en placas de cristal superpuestas, en sus historias pretendía crear un cine más dramático que incluyera el erotismo, buscando la fluidez en el movimiento. Yasui Murata introdujo en Japón el papel con acetato en la animación, teniendo un estilo caricaturesco en el que empleaba animales personificados en sus tiras, esto lo realizaba con demasiada frecuencia.

El s*enga eiga* es la palabra japonesa con la que se conoce a los dibujos realizados en oriente (película a líneas dibujadas) y después se les conoció a las primeras animaciones japonesas como doga (imagen en movimiento) en el que varios artistas realizaron distintos métodos y técnicas con historias épicas y nacionalistas que fueron un material para el gobierno.

La influencia de Disney era muy significativa en los dibujos de los años treinta, por lo que el gobierno Japonés, como una contramedida al modelo extranjero de Mickey Mouse, Popeye, Bugs Bunny, Pato Lucas, estos fueron convertidos en una amenaza, como acción inmediata en el periodo de guerra japonesa-china y posteriormente, en la Segunda Guerra Mundial, la apuesta era realizar guiones sencillos y digeribles como medios

[25] Fue el método empleado por J. Stuar Blackton en Humorous Phases of funny Faces, la primera película animada estadounidense estrenada en 1906.

propagandísticos nacionalistas, como lo fue *"Home Alone Mice"* (Nezumi no rusuban, 1930) de Ikuo Oishii, entre otras producciones fue el instrumento educativo en todos los colegios, en el periodo de la guerra en el que se encontraban bajo el control del Estado con la "Ley de Cinematografía". La censura a las editoriales y la prensa se hizo cada vez más estricta en el gobierno nacionalista, pues desaprobaba la música de jazz, las escenas de amor en el cine y teatro, las expresiones empleadas en el béisbol.

En 1940, tras la destrucción de la mayoría de los grupos disidentes, se crearon con el apoyo estatal, organizaciones paraguas como la *Shin Nippon Manga-ka Kyôkai* (Nueva Asociación de Dibujantes de Japón) para unir a los ilustradores bajo una política oficial. La Nueva Asociación de Dibujantes absorbió a ocho organizaciones existentes, incluyendo la *Shin Manga-ha Shûdan* (Facción de Nuevos Dibujantes), que había sido hasta ese momento la más poderosa. El órgano de la Nueva Asociación de Dibujantes, el magacín mensual *Manga* dirigido por Hidezô Kondô, fue la única revista de este tipo que continuó publicándose durante los años de la conflagración, cuando escaseaba el suministro de papel. Después del ataque a Pearl Harbor en diciembre de 1941, los artistas que no habían sido prohibidos o que no estaban sirviendo en el frente se hallaban activos en una de estas tres áreas: la producción de tiras de cómic familiares que eran inocuas o que promovían la solidaridad nacional, la ejecución de dibujos de una sola viñeta que demonizaban al enemigo en la publicación *Manga* o en otros medios semioficiales, y la creación de propaganda en el Gobierno y en el Ejército para ser usada en ultramar.

La derrota de Japón fue un golpe para la industria de la animación, Disney se hacía de un mercado expansionista y una de las pocas industrias cinematográficas japonesas sobrevivientes de la época era Toei Doga (1948) sería la antesala de grandes autores de la animación japonesa como Tezuka, Takahata y Miyazaki. Hoy se conoce a esta empresa como Nihon Doga en inglés "Toei Animation Company Limited" en el cual, producir una película de animación salía más barato que realizar una con actores reales y el bajo coste de los animadores japoneses, y los más bajos de Taiwan, China y Corea del Sur a lo que estos subcontrataban.[26]

En la era de la postguerra, Ozamu Tezuka quién fue licenciado en Medicina terminó, siendo el padre del manga y el anime, acabó con las viñetas teatrales y los dibujos estáticos que eran característicos de los mangas anteriores (Shin Takara Jima, 1947). *La nueva isla del tesoro* alcanzó un éxito inesperado trasladando al manga y la narración a un nivel entretenido y digerible, Ozamu Tezuka llegó a supervisor de su propio equipo de dibujantes y Toei lo contrató en 1959 la película de animación *Viaje a Occidente.*

Debemos mencionar que fue su gran éxito de Tetsuwan-Atom, más conocido como *Astroboy,* su obra pionera en la animación japonesa que fue transmitida en la cadena Fuji Televisión, con el cual se considera el inicio del anime y el manga japonés en la era

[26] Richie, Donald. *op. cit.*, Pág. 246. (293 López Felipe)

moderna, cabe señalar que se puede ver con claridad las técnicas de montaje cinematográficas de la época con el referente de la postguerra y una ligera inspiración con la animación americana proveniente de Walt Disney, sin embargo, Tezuka se distinguía en su técnica por sus historietas con estilo en viñetas y los rasgos de los personajes muy definidos, además de la serialización de la historia con la duración de la trama mucho más elaborada y compleja, cuya adaptación al país japonés fue el éxito de su animación.

Hayao Miyazaki e Isao Takahata, quienes fundarían el Estudio Ghibli en 1984, y que se conocieron cuando trabajaron en la productora Toei, se convirtieron en los precursores del anime realizando sus propias producciones.

Isao Takahata, comenzó a adaptar obras literarias como la serie *Heidí* (Alps no shojo Heidí, 1974) seguiría n *Marco* (Haha wo tazunete sanzenri, 1976). De forma paralela, Miyazaki hizo su debut como director con la serie *Conan, chico del futuro,* o su primer largometraje *animado Lupin III, el castillo de Cagliostro,* pero no fue hasta 1984, que dirigió la obra que le daría popularidad: *Nausicaa del valle de los vientos,* kaze no toni no nausicaa, 1984). Más adelante, los dos autores realizaron obras magistrales que se convirtieron en animaciones de culto a nivel mundial, como *La tumba de las Luciérnagas* (Hotaru no naka, 1988) una adaptación de la novela de Akiyuki Nosaka que narra las desventuras de dos huérfanos en los bombardeos de Japón en la Segunda Guerra Mundial.

Hayao Miyazaki no se quedó atrás en su popularidad y ganó reconocimiento a nivel mundial: Mi vecino Totoro (Tonari no Totoro, 1988) Kiki: entregas a domicilio (Majo no takkyubin, 1989), Porco Rosso (Kurenai no buta, 1992), La princesa Mononoke (Mononoke Hime, 1997), El viaje de Chihiro (Sen to Chihiro no kamikakushi, 2001), El castillo ambulante (Hauru no ugoku shiro, 2004), con "El viaje de Chihiro de Miyazaki obtuvo el Oso de Oro del festival de cine Berlín del 2002 y el Oscar a la mejor película animada en 2003.[27]

La animación Akira de la editorial Kodansha cambio la forma de ver el anime al desarrollar una historia apocalíptica en una ciudad futurista en la Neo-Tokio, ciencia ficción, ciberpunk, anarquía, religión, thriller, drama, acción y ese conjunto obligó al mundo a voltear a mirar el anime de otra forma con Katsuhiro Otomo, el manga que se realizó en 1984 en Japón siendo un éxito, la narrativa de la obra siempre fue popularizada en el ambiente americano, la antología de su trabajo fue producir la animación a finales de los ochenta y principio del noventa, que se requirió de varias compañías para la financiación: Bandai, Toho, Laserdisc Corporation, Kodansha, Mainichi, Broadcastig System, TMS Entertainment, Hakuhodo Incorporated y Sumitomo, este macro proyecto lo

[27] Ceballos Noel. (2017). 15 años de 'El viaje de Chihiro', la obra maestra animada de los 00s. jueves 26 de Marzo 2020, de CONDENET IBERICA S.L. Sitio web: https://www.revistagq.com/noticias/cultura/articulos/el-viaje-de-chihiro-miyazaki-15-aniversario/27108

nombraron Comité Akira, que en la historia de la animación japonesa es uno de los más importantes.[28]

Con el paso del tiempo se fueron creando varias editoriales de estilo manga en los cuales los dibujantes ilustraban sus obras creando un sinfín de historias algunos de ellos realizaban la tarea de ilustrar y animar pero en la actualidad todo eso ha venido cambiando, las compañías de animación japonesa realizan la estructura de producir y distribuir una serie que tiene potencial como un éxito comercial, con las seiyus,[29] que son actores que le dan voz a los personajes convirtiéndolos en obras magnificas, estas series producidas se han vuelto de culto a nivel mundial.

Debemos mencionar a las editoriales japonesas en el que realizan publicaciones de determinada periodicidad agrupando los capítulos en una serie de tomos o también en una revista especializada mientras tanto los autores trabajan para una determinada editorial y el reconocimiento a su popularidad se debe al público lector que compra su historia. La editorial registra las ganancias y cuando es conveniente se relacionan con las productoras de animación y a su vez exportan sus publicaciones en el extranjero.

Las empresas más famosas como lo son Kodansha, Shueisha y Shogakukan son los artificies de todas las publicaciones en Japón, cada una de ellas tiene varias revistas con distinta periodicidad y público objetivo.

Kodansha es la editorial más grande de todo Japón fue fundada en 1909 por Seiji Noma, formada por parte del *Dai Nippon Yubenkai* (Sociedad de Oración del más grande Japón), pero en 1911 tras fusionarse en los años treinta Kodansha se convirtió en una de las principales editoriales de magazines, en su mayoría las publicaciones son mangas y libros, posee el *Otawa Group* gestionando todas las afiliaciones a la compañía y del periódico japonés *Nikkan Gendai* además de tener relaciones con la empresa Walt Disney.

La editorial desde 1960 otorga el galardón al premio *Manga Kodansha* aquellos mangas serializados brillen por su calidad dividido en *kodomo shonen*, *shojo* y general. Sin embargo, no fue hasta 2003 que se añadió la categoría kodomo.

En el manga shojo empezó su aventura desde 1954 con la revista Nakayoshi, Candy Candy (1975) de Kyoko Mizuki y Yumiko Igarashi, Pretty Soldier y Sailor Moon (1992) de Naoko Takeuchi, Magic Knight Rayearth (1993) y Card Captor Sakura (1996) de CLAMP, Tokyo Mew Mew (2000) de Reiko Yoshida y Mia Ikum.

---

[28] Jorge Miguel. (2015). Akira: historia y curiosidades de un anime irrepetible. 26 Marzo 2020, de Gizmodo Sitio web: https://es.gizmodo.com/akira-historia-y-curiosidades-de-un-anime-irrepetible-1736984386

[29] Es el término empleado para actor o actriz de voz japonés concentrándose en radio, televisión, en el área de locución, doblaje en series de anime, películas extranjeras y video juegos.

Shueisha Inc fue fundada en 1926 encargadas de las publicaciones de libros de arte, literatura, historia e incluso diccionarios y libros de utilidades. Su sede se encuentra en Chiyoda-ku, Tokyo. Esta editorial tiene un catálogo histórico de obras de primer nivel en el shonen manga (destinado a chicos) se publicaría por la revista Shukan Shonen Jump, Mazinger Z (1972) Saint Seiya (1986) de Masami Kurumada, Capitan Tsubasa (1981) de Yoichi Takahashi, Dragon Ball (1984) de Akira Toriyama, Slam Dunk (1990) de Takehiko Inoue, Yu Yu Hakusho (19990) de Yoshihiro Togashi, Rurouni Kenshin (1994) de Nobuhiro Watsuki, One Piece (1997) Eiichiro Oda, Naruto (1999) Masashi Kishimoto.

Teniendo bastante éxito y triplicando sus ganancias en ventas destacando autores que se convirtieron en lo más reconocido a nivel mundial por otro lado sus revistas afiliadas se encargarían de iniciar otros géneros para sus distintos públicos posicionando sus historias en las distintas décadas con varios éxitos.

Shogakukan inc fue fundada en 1922, como una editorial especializada para los niños de preescolar hasta los profesores, así como diccionarios y enciclopedias. En 1959 se creó la *Weekly Shonen Sunday*, una publicación semanal destinada al público adolescente masculino. Posteriormente se fueron creando seinen (manga para adultos), con un total de 13 revistas especializadas (diez para hombres y tres para mujeres). La revista Shukan Shonen Sunday es reconocida por las publicaciones más destacadas Magic Kaito (1987), Yaiba (1988) y Detective Conan (1994) de Gosho Aoyama, y Urusei yatsura (1978), Ranma ½ (1987), Inuyasha (1996) Kyokai no Rinne (2009) por Rumiko Takahasi. En el Kodomo (público infantil) el magazine CoroCoro Comic desde Doraemon (1969) de Fujio Fujiko. Hamtaro (1997) de Ritssuko Kawai, Mirmo Zibang (1999) de Hiromu Shinozuka, Zatch Bell (2001) de Makoto Raiku y Beyblade (2004) de Takao Aoki.

La estadística muestra el ranking de las series de mangas más vendidas a nivel mundial a fecha de abril de 2017, en millones de unidades. “One Piece” fue la publicación manga más vendida hasta la fecha, con una cifra superior a los 408 millones de unidades. One Piece, creado por Eiichiro Oda, inicio su publicación en la revista Weekly Shonen Jump el 19 de julio de 1997, meses más tarde, la editorial propietaria de la revista, Shueisha, empezó a publicar los capítulos en volúmenes.

Las empresas más importantes de animación continuaron con la industria como lo fueron Madhouse, Sunrise y Toe Animation.

Madhouse es una empresa japonesa creada en 1970 por antiguos miembros del estudio Mushi Pro. Como Masao Maruyama, Ozamu Dezaki, Rintaro y Yoshiaki Kawajiri.

La primera producción del estudio fue la serie de televisión de 1973, ¡Ace wo nerae! (Aim for the Ace), realizada junto a TMS Entertainment; las primeras producciones que se dieron a conocer fueron Ie naki ko (1977) conocido como *Remi* y Takarajima (1978) La isla del tesoro posteriormente, varias series fueron realizadas como DNA2 (1994), Card Captor Sakura (1998 y 2018), Trigun (1998), Super Doll Licca Chan (1998), Di Gi Charat

(1999), Kazemakase Tsuki kage Ran, Ran the Samurai Girl (2000), Beyblade (2001), Galaxy Angel (2001), Gungrave (2003), Death Note (2006), Highscool of th Dead (2010), Iron man (2010), Ore Monogatari (2015), One Punch Man (2015) y Ovderlord (2015 y 2018). Todas estas series fueron éxito y de gran consumo comercial a nivel global. La empresa ha tenido colaboraciones con la industria del Videojuego como Square Enix, Capcom, tres películas de Hayao Miyazaki junto con estudio Ghibli, empresas americanas, Warner Entertainment, DC Entertainment, Marvel Entertainment y Disney.

Sunrise es un estudio de animación japonesa subsidiaria de la compañía Namco Bandai Holdings que ha producido distintas series como Mobile Suit GUNDAM (1979), comenzó a crear historias de robots gigantes, tiene un gran repertorio como Cyborg 009 (1979), City Hunter (1987), La visión de Escaflowne (1996), Cowboy Bebop (1998), Inuyasha (2000), Gintama (2006), Love Live (2013-2015).

Sin duda, Toe Animation sigue siendo una de las industrias de animación más importantes de Japón y en el mundo ha generado series emblemáticas con historias espectaculares mejorando la relación con las compañías norteamericanas, anteriormente llamado Nihon Doga y en su proceso de transformación tenía el objetivo de hacer la competencia a los estudios norteamericanos de animación, sorprendió a la audiencia con historias japonesas animadas con "cel animation" –la técnica de dibujo sobre acetato como el de las animaciones norteamericanas y así, de la mano de Yasuji Mori, Toei Animation dio a la luz en mayo de 1957 su primer anime: Doodling Kitty, basado en El Gato con Botas personaje que terminó convirtiéndose en la mascota de la compañía, este pequeño cortometraje no fue muy conocido por su duración de siete minutos hasta que salió *Astroboy* al inicio el estudio contó con grandes creadores de animación japonesa como Hayao Miyazaki, Isao Takahata y Yoichi Kotabe, podemos citar algunas series que han marcado un hito cultural en esta era globalizada, Maho no Mako chan, Mako la sirena enamorada (1970), Go Nagai realiza su éxito comercial autor de Mazinger Z (1972), Candy Candy realizado por la mangaka Yumiko Igarashi (1975), Dr. Slump Arale Chan (1981), y Dragon Ball (1986 y 2015) creado por Akira Toriyama, Saint Seiya de Masami Kurumada (1986), Bishojo Senshi Sailor Moon (1992) Naoko Takeuchi, Slam Dunk (1990) Takehiko Inoue, Yu gi oh de Kazuki Takahashi (1996), One Piece de Eiichiro Oda (1997), Futari wa Pretty Cure (2004), Miraculous Ladybug una serie de animación CGI francesa-japonesa-coreana, co-producida por Zagtoon, Toei Animation, Method Animation y SAMG Animation, asociada a empresas internacionales como SK Broadband en Corea del Sur y De Agostini en Italia. Realizado por Thomas Astruc, es un ejemplo en que la compañía se ha diversificado y ampliado el mercado de la animación, así como la colaboración de la banda electrónica francesa Daft Punk y productoras francesas con Interstella 5555 en sus videoclips musicales y en su disco visual Discovery.

La industria cultural editorial japonesa, la animación y el videojuego marca tendencias que se unen entre sí para que cada una, alcance mayores ganancias por medio de

la publicidad y del mercadishing con artículos de colección provocando en el mercado un consumo masivo de estas experiencias creativas en la era globalizada.

2.2 Cine de animación norteamericana.

John Randolph Bray de origen norteamericano, empezó a realizar animaciones mediante imágenes en movimiento, trazaba dibujos sencillos con los que creaba un realismo. Posteriormente, fue el precursor de la primera película animada a color, sus técnicas fueron la antesala de varios animadores.

Max y Dave Fleischer crearon una de las compañías más importantes de animación llamada Fleischer Studio, que es comúnmente conocido, por realizar los primeros dibujos animados con sonido y fue el creador de la animación de *Betty Boop, Popeye el Marino, La pequeña Lulú y Superman*.

Betty Boop, su primer éxito, se distinguía por ser la primera chica flapper[30] (eran mujeres jóvenes que usaban faldas cortas sin llevar corsé, lucían el cabello *bob cut*, un corte de cabello generalmente con flequillo que se extiende a la altura de la mandíbula, con sombreros elegantes y grandes perlas en el cuello, las mujeres bebían, fumaban, tenían relaciones sexuales ocasionales, manejaban automóviles, asistían a clubes nocturnos donde tocaban Jazz) un desafío a las leyes contrarias a lo que se consideraba socialmente correcto, el estereotipo lo plasmaba *Betty Boop,* Grim Natwick, el creador, se inspiró en la cantante y actriz Helen Kane, posteriormente, Mae Questel prestó su voz, dándole vida al personaje, en aquella época fue censurada debido a su contenido sexual, aunque lo cierto es que Betty nunca fue pensada como una figura para los niños, sino para el público adulto, debemos resaltar que el personaje fue utilizado en la Segunda Guerra Mundial como un símbolo de belleza y figura sexualizada que motivaba a los soldados para iniciar una batalla, el aumento de la propaganda en la guerra logró un impacto particularmente en los pilotos americanos, pues el dibujo de Betty Boop fue pintada en muchos aviones militares.

Elzie Crisler Segar fue el creador de *Popeye,* conocido como *Popeye el Marino,* se influenció en el actor Charles Chaplin para realizar su historieta, el periódico New York Evening Jornal lo contratan para crear una serie llamada "Timble Theather" y fue un rotundo éxito. Su nombre proviene del inglés Pop-eye (ojo saltón refiriéndose a su ojo tuerto, termino común en los marineros). Los hermanos Fleischer alientan al autor a que su historia sea animada, pero tuvo que cambiar el contexto de su propia historia, como las espinacas en una lata, puesto que originalmente era una gallina mágica que le daba a Popeye la fuerza sobrehumana. Con la depresión americana, el personaje fue quién comiera espinacas, aumentó la producción y la venta durante la época, y al mismo tiempo se quedó como la imagen principal del protagonista. Fleischer promovió este personaje carismático

[30] Las flappers son una moda que nació en los años veinte, primeramente, en Europa y posteriormente, en los Estados Unidos en el que la mujer se emancipa de forma social y cultural. Esta moda fue considerado inaceptable o demasiado extrovertido por romper con lo socialmente aceptado.

que encanto al público a través de esta animación que se convirtió en un símbolo de la cultura norteamericana, así como propagandístico en la Segunda Guerra Mundial.

Walter Elías, conocido como Walt Disney, fue un productor y animador estadounidense que es considerado el precursor del cine de animación infantil, su influencia proviene de distintos artistas que conoció al realizar diversos viajes a Europa; en el documental de origen francés *Erase una vez Walt Disney*, se nota la influencia de distintos ilustradores y narradores por la tendencia hacia los animales y cuentos infantiles como *Beatriz Potter, Benjamin Rabier, Philippe Rousseau, Jean de la Fontaine*, Disney compró distintos libros de la literatura clásica para después convertirlos en sus famosas animaciones como *Blanca Nieves y los siete enanos, Cenicienta*, sin embargo, necesitaba a los mejores artistas que conjuntamente podían realizar dibujos y animaciones, así nació, con ayuda Ub Iwerks[31] el ratón más famoso del mundo, Mickey Mouse.

Frederick Bean Avery (conocido como Tex Avery o Fred Avery, 26 de febrero de 1908 - 26 de agosto de 1980) fue un animador, dibujante, y director estadounidense, famoso por producir dibujos animados durante la edad de oro de Hollywood. Hizo su trabajo más significativo para la Warner Bros y los estudios de Metro Goldwyn Mayer, creando o desarrollando plenamente personaje que posteriormente se volverían famosos alrededor del mundo, como lo son el Pato Lucas, Bugs Bunny, Droopy, Lobo McLobo, Screwball, Squirrel, Porky Pig y a Chilly Willy, entre muchos otros. Su influencia se extiende a casi todos los estudios de los años cuarenta y cincuenta hasta la actualidad. El estilo de Avery rompió el molde del realismo establecido por Walt Disney alentando a los animadores a llegar al límite del medio para hacer cosas en animación que no se podían hacer en las películas con actores. Avery solía decir: "en animación puedes hacer cualquier cosa"[32], y sus trabajos lo hicieron muy a menudo. Avery comenzó su carrera de animación en el estudio de Walter Lantz en los años treinta, trabajando en Oswald the Lucky Rabbit.

Mientras trabajaba en una oficina, un clip metálico voló hacia el ojo izquierdo de Avery quien perdió el uso de ese ojo. Algunos especulan que la carencia de percepción de profundidad fue lo que le dio su mirada única en la animación y su estilo tan extraño de dirigir. Avery participó con sus personajes más representativos en cortometrajes, con fines propagandísticos en la segunda guerra mundial, el ejemplo más claro es "Any bonds Today" encargado por el Departamento del Tesoro de Estados Unidos, que solicitaba a los estadounidenses que compraran bonos de guerra para financiar las operaciones militares.

[31] Ubbe Iwerks fue un animador estadounidense famoso por su trabajo con Walt Disney, fue el diseñador del personaje Mickey Mouse.

[32] Cloudy Adriana. (2011). Breve Biografía de Tex Avery ¿A quién le debemos esa cómica locura de los dibujos animados? 15 de Mayo del 2018, de Blogger Sitio web: http://historiadedibujos.blogspot.com/2011/08/breve-biografia-de-tex-avery.html

En el cortometraje "*Nips anda Nips",* poco después del ataque japonés a Pearl Harbor, Bugs Bunny llega a una isla del Pacifico donde encuentra a unos soldados, y de manera despectiva los expulso de la isla, ese corto fue censurado durante mucho tiempo, ya que de manera racista se calificaba a los japoneses de "cara de mono" y "ojos sesgados".[33]

En 1945, se realizó otro cortometraje, titulado "Herr Meets Hare", en este caso, el blanco de sus burlas fue los lideres nazis Hermann Gôring y Adolfo Hitler. Además, Bugs Bunny ha sido mascota de cuatro escuadrones de bombarderos de la Fuerza Área estadounidense, además, el autor utilizó a otros personajes como el Pato Lucas, quien también fue elemento propagandístico para derrotar, en dibujos animados, a Hitler en una campaña nacionalista en la segunda guerra mundial. [34]

Con el paso del tiempo, las industrias culturales se expandieron en el mundo globalizado imperando la cultura norteamericana como icono de libertad y entretenimiento, compañías de animación, cadenas televisivas, el cine y el streaming hicieron accesibles todos sus contenidos, ahora el puente de comunicación es más abierto.

2.3 Cine de animación mexicana

Manuel Rodríguez Bermúdez en su libro *Animación una perspectiva en México*[35] considera que los dibujos animados se han vuelto erróneamente, un sinónimo de "animación", a pesar de que son solo una técnica más de la animación cinematográfica, es decir, en el desarrollo se fueron presentando necesidades de expresión y producción aunadas a manifestaciones estéticas personales que propiciaron la adaptación de técnicas para crear la ilusión de movimiento.

A diferencia de la animación estadounidense, casi de inmediato contó con un gran apoyo por parte del público, no obstante, la animación realizada por mexicanos tuvo altibajos, pues fue casi nula su participación debido a la poca difusión, pero con gran entusiasmo generaron varias obras que son la antesala de una industria cultural mexicana que puede emerger como cualquier otra, como lo son la industria americana, japonesa y francesa que son los mayores exponentes de los dibujos animados.

---

[33] Muñoz de la Peña Cosquet Liliana. (2016). Bugs Bunny en la Segunda Guerra Mundial. 12 de mayo del 2018, de sulfatoatomico Sitio web: http://www.sulfatoatomico.es/bugs-bunny-la-segunda-guerra-mundial/

[34] Muñoz de la Peña Cosquet Liliana. (2016). Bugs Bunny en la Segunda Guerra Mundial. 10 de abril del 2018, de sulfatoatomico Sitio web: http://www.sulfatoatomico.es/bugs-bunny-la-segunda-guerra-mundial/

[35] Muñoz de la Peña Cosquet Liliana. (2016). Bugs Bunny en la Segunda Guerra Mundial. 10 de abril del 2018, de sulfatoatomico Sitio web: http://www.sulfatoatomico.es/bugs-bunny-la-segunda-guerra-mundial/

Las primeras noticias que se tienen sobre la exhibición de películas de animación en México datan del año 1907. *El entreacto* de Ciudad de México, en la Sala Pathé, de un filme intitulado *retrato Animado por el cinematógrafo*. [36]

La popularidad de los dibujos animados no pasó desapercibida para los exhibidores de la época. Existen varios intentos de animación que quedaron inconclusos, por falta de presupuesto, pero no por falta de talento, si bien, entendemos al formato caricatura como lo presentó Guadalupe Posada, un referente cultural mexicano, quién empezó a realizar ilustraciones costumbristas de sátira crítica social y política en el que, hasta la fecha, los moneros siguen está tradición realizando sus dibujos en los periódicos tradicionales. Asimismo, "*La catrina*" es otra animación que sigue vigente como identidad cultural hasta nuestros días. Salvador Pruneda como caricaturista y periodista de *El Nacional,* viajó a Hollywood y posteriormente, trabajó en los estudios Disney y en su regreso empezó una animación basándose en su tira cómica *Don Catarino y su apreciable familia,* proyecto que quedó inconcluso.

Posteriormente, el país vivía una efervescencia nacionalista y las temáticas mexicanas eran muy socorridas en las artes, como lo fueron *El jarabe tapatío y El tesoro de Moctezuma,* ambas de ocho minutos utilizándola técnica del rotoscopio, el invento con el que los hermanos Fleischer efectuaron en sus series animadas.

Alfonso Vergara Andrade realizó el primer estudio de animación mexicano, que generó seis cortometrajes entre 1935 y 1938. Creó a Paco Perico, el primer personaje animado hecho en el país, y realizó dos comerciales para la marca Sal de Uvas Picot, protagonizados por Chema y Juana quienes también, aparecen en uno de los cortometrajes de este programa.

En la década de los cuarenta, la animación destacó por el cortometraje *Me voy de cacería, de Caricolor*, encabezado por Santiago Richi y Manuel Mario Moreno, con apoyo de talento estadunidense, aquellos estudios ya no continuaron debido a que los colaboradores extranjeros fueron llamados para participar en la Segunda Guerra Mundial y el estudio tuvo que cerrar.

La idea de Fernando Ruíz, mezclar la animación con personas reales, fue retomada años más tarde al crear la compañía Producciones Omega en 1961, con la que estrenó *El duende y yo (1961), de Tin Tán*. Su trabajo le valió una oportunidad de trabajar en *La espada en la piedra* de los estudios Disney.

La adaptación de introducir personajes de las historietas mexicanas para la realización de una animación, como la historieta de Memín Pinguín, escrita por Yolanda Vargas Dulché, dicha adaptación se trataba de un cortometraje de tres minutos realizado

[36]. Rodríguez Bermúdez Manuel. (2007). *Animación una perspectiva desde México*. México: UNAM, pp. 130-145.

por el caricaturista Alfredo Gutiérrez y el animador Carlos Sandoval, desafortunadamente no se concretó el largometraje de esta historieta popular mexicana, por falta de presupuesto.

Como antecedente, los hermanos Cesár y Ángel Cantón junto con Producciones Gamma Productions, fundaron la compañía Kinemma. Lograron firmar un contrato con la compañía Hanna Barbera, produciendo dibujos animados como *Los Picapiedras, Scooby-Doo, Los Súperamigos,* entre otros grandes éxitos y es cuando la compañía estadounidense creció hasta en 1980.

Los *Supersabios,* escrita por José García Agraz y por Badín, estaba basada en una de las aventuras de los héroes de la historieta política, de Eduardo del Río Mayor conocido como "Rius", solo un pequeño cortometraje de tres minutos que se finalizó en 1972, ellos fueron los pioneros de iniciar la animación mexicana, se pensó que los hermanos Cantón y asociados, con su calidad y cantidad de trabajo pudiera adaptar el proyecto de la historieta mexicana. Posteriormente, *Los Supersabios* de German Butzé, logró el cometido para ser el primer largometraje animado, aunque tuvo poca promoción, pero fue bien aceptado por el público con mucha nostalgia.

En 1974 se realizó el segundo largometraje de animación mexicano: *Los Tres Reyes Magos,* dirigido por Fernando Ruíz y Adolfo Torres Portillo. Este último, adaptó una idea de la escritora *Rosario Castellanos* (sin crédito en la pantalla) y el proyecto fue apoyado por la empresa estatal Conacine y por algunas empresas privadas como Cinsa (compañía que se encargaba del doblaje), gracias al proyecto Fernando Ruíz realiza *La Oruga Pepina*, la cual, por desacuerdos entre Ruiz y la guionista, se terminó en España con el estudio de los animadores José Luis y Santiago Moro, con el título de *Katy, la oruga* (1981)[37] que fue un éxito en la televisión en la década de los ochenta.

Debemos mencionar que José Luis Moro realizó la serie animada de "*Cantiflas Show",* la cual fue un encargo de Mario Moreno "Cantinflas" para transmitirse en Televisa, consiste en pequeños episodios en los que el protagonista conocía a personajes famosos históricos hasta que, en 1982, la serie fue adaptada por Hanna Barbera y cambió el nombre a "*Cantiflas y sus amigos*". Debemos reconocer que en su momento fueron innovadoras y se popularizó a Cantiflas incursionando en el mercado norteamericano, pues fue la primera serie animada en encontrase fuera del país, al igual que *La Familia Telerín,* que se transmitió en España y en México con gran éxito, y logró colocarse en el imaginario de la televisión mexicana, a pesar de que no era propiamente de animadores nacionales, la frase

[37] Katy es una pequeña oruga que decide un día irse del cerezo, donde vive con sus hermanas, para conocer bien todo el bosque. Unos malvados cuervos quieren comérsela, pero una luz milagrosa de la Madre Naturaleza le salva. Entonces la luz le pregunta el porqué de su marcha de casa, ella responde: "Quisiera encontrar mi verdadera vocación" y así empieza una aventura inolvidable para Katy. Exitosa coproducción entre México y España que contó con una secuela en 1988, "Katy, Kiki y Koko". (FILMAFFINITY).

emblemática: "hay que descansar, para que mañana, podamos madrugar" que era su distintivo en la televisión mexicana y en Latinoamérica.

Los comerciales de Carrazo de Bardhal, eran las aventuras de un automóvil, un auto "clásico", tiene mucha experiencia y conocimiento en el mundo automotor, sobre todo en el mantenimiento cotidiano. Carrazo, es un auténtico "clásico" pero no deja de vivir los problemas de cualquier otro auto, los ha vivido en "experiencia propia" y por ello es muy perceptivo a las dudas e inquietudes ligadas al mantenimiento de los vehículos actuales. Los personajes que lo acompañan son *Bebé Vagoneta, Ferrato, Forzon, Mustanguia, Porschia, Taxilio, Tsuru San, Wagoneta y Voshito.*[38] Estos eran los personajes que utilizaron como material publicitario para la famosa compañía de aceites y lubricantes para automóviles, que fueron encantando al público, así como la voz del doblaje protagonizado por Mauricio Garcés, le dio un giro a la publicidad con la estética de la animación.

Guillermo Comín fue director de la compañía Filmographics, destacable por colaborar en los Estudios Moro elaborando publicidad con personajes animados con lo que llevaba una exigencia para competir con otros en la producción comercial elaborando al conejito de Quik, a los pingüinos de Marinela y animando a Chester Cheetos en sus promocionales.

Carlos Carrera quien comenzó con Hijo pródigo (1984) y posteriormente se encumbró en los años noventa, al ganar la Palma de Oro de Cannes al Mejor Cortometraje por El héroe en 1994, el Coral de Oro por mejor cortometraje en el festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano de la Habana y el Ariel por mejor Cortometraje. Su más reciente largometraje Ana y Bruno (2017) es uno de los más exitosos, pues participó en el festival "Annecy", conocido como el "Cannes de la animación" como uno de los invitados. El cortometraje fue su distintivo Kinam, productora de películas educativas, Mexfam y la empresa japonesa Sakura Motion Company. Las tres eran parte de un proyecto de educación sexual que tuvo amplia distribución por todo el mundo.

René Castillo con "Hasta los huesos" (2001) demuestra su madurez con la técnica de plastilina, apoyándose en la escenografía, los personajes y lo que destaca es su inspiración de la Catrina, de Guadalupe Posada, aunado con la música de Café Tacuba y la Interpretación de "La Llorona" a cargo de Eugenia León es un filme espectacular. Es la historia de un hombre y su llegada al mundo de los muertos, donde es recibido por un

[38] Bardahl (2019). 27 de marzo 2020, de Bardahl De México, S.A. De C.V Sitio web: https://www.bardahl.com.mx/carrazo

gusano, calacas sonrientes y la mismísima Catrina. Poco a poco nuestro personaje descubre que, salvo algunos inconvenientes, estar muerto no es tan malo.[39]

Una película de huevos es una animación mexicana que fue una de las más taquilleras y originales que se ha realizado por Gabriel y Rodolfo Riva Palacio Alatriste, en 2006, sus breves animaciones y cortos en la web y la constante promoción a sus personajes aseguraron su éxito fue asegurado y así fue creado Huevocartoon Producciones.

Los empresarios Fernando Fuentes y Fernando Pérez Gavilán crearon Ánima Estudios, la primera cinta a manos de Andrés Courtier y Eduardo Sprowls se llamó *Magos y Gigantes* que se estrenó en el 2003, fue criticable en su momento por intentar copiar modelos extranjeros sin desarrollar un propio concepto de animación mexicana y una mala distribución condenó a la compañía por estrenarla en el regreso a clases, lo mismo ocurrió con la película *AAA sin límite del tiempo,* que mostraba inconsistencias en la trama y sus personajes estaban mal construidos, sin embargo, sus éxitos le inyectaron vida al estudio la leyenda de la Nahuala 2007, El Santo vs con la tetona Mendoza 2012 (Trino, famoso "monero" el caricaturista cumple su objetivo de llevar de la mano su historieta mexicana a la animación y a su vez a la pantalla). Atoms Films y el sello de Ánima Estudios, se lleva a cabo la alianza con el grupo Televisa y se realiza *El chavo animado* y, posteriormente, *el Chapulín Colorado,* esto prácticamente lo salva de la crisis y empieza a redituar la compañía, viene un contrato fabuloso por la célebre caricatura *Top Cat,* mejor conocida como, Don gato y su pandilla que tiene uno de los doblajes más representativos en la década de los setentas, que tuvo una versión remasterizada ganando en su primer semana una inigualable recaudación económica, incluso se llegó a pensar que esta versión era norteamericana, pues se cedieron los derechos de propiedad intelectual de Hanna Barbera, la caricatura no fue tan popular en los Estados Unidos como lo fue en Latinoamérica. La serie *Leyendas* se estrena en 2017 en la plataforma del streaming Netflix para la realización de los episodios, abriendo camino a la animación mexicana. Debo mencionar que en una conferencia de la Expo Pyme 2017 en el World Trade Center en la Ciudad de México, José Alejandro García Muñoz habló sobre Anima Estudios acerca de las dificultades que tiene esta industria cultural, así como de las características y el futuro de la animación mexicana; comentó como se definieron como una productora, cuyo objetivo es crear contenido de entretenimiento visual y generar financiamiento con mecanismos de gestión. Comenta que no se tenía las capacidades ni la estructura para la realización de una animación, ese conocimiento especializado lo fue aprendiendo en un proceso de quince años con un alto riesgo para poder redituar, la gestión lo divide en una primera área de infraestructura en el que interviene una oficina con un equipo de cómputo, la segunda con recursos humanos,

[39] Castillo René, ElectricalingMusic, 2014, septiembre 07, *Hasta los huesos / Down to the bone (Short Film) (HD)* Recuperado de YouTube https://www.youtube.com/watch?v=6Jaox1nnMc0

artistas de animación experimental especializados, cineastas, guionistas, la tercera área son las tecnologías de la información y comunicación para difundir el contenido, la cuarta área es la producción, el manejo del proyecto, es decir, un plan de trabajo, donde se estructura el proyecto cultural en conjunto con la operación básica para producir el contenido (la producción, modelos de negocio, ofreciendo los servicios de animación que no tienen la infraestructura ni las personas adecuadas que otorgan dicho contenido y el IP, propiedad intelectual) los personajes e historia en un mercado de consumo para la audiencia de un nicho especializado, con un marketing dirigido al público, la quinta área es la investigación y desarrollo, un estudio cultural de los mercados a los que tiene acceso, encargado de averiguar, contextos históricos, diseños de personajes, así como el producto principal del formato que se busca como el cine y las series, buscando soluciones atendiendo con límites del presupuesto pero con calidad en el mercado de la animación, por esta razón, la sexta área es de negocios y servicios que atienden contratos, tiempos, costos, entregas, compromisos, un convenio que protege la propiedad intelectual, no solo del mexicano sino también en el extranjero, la séptima área de Finanzas y Contabilidad que regulan financieramente el proyecto. Debemos mencionar que las empresas norteamericanas encargadas del entretenimiento se hacen de los derechos de la realización de los contenidos, ofreciendo el presupuesto de los derechos de la propiedad intelectual, como un conjunto de conglomerados que regulan toda la industria, controlando todo lo que vemos, las compañías que poseen en cada una de las áreas son telcos, es decir, una compañía telefónica proveedora de los servicios,(es la semilla de los conglomerados) la empresa que tiene todos los modelos, el exhibidor, la distribuye, el creador de contenidos, todos ellos son un modelo integrado en el que cobra todo mientras se conecte con la audiencia obteniendo el noventa por ciento del mercado americano y a la vez, el global, decidiendo lo que consumimos, a esto lo llaman “un cartel del entretenimiento”, surge de un país como lo es la industria mexicana que consume Hollywood recuperando las ganancias rápidamente, las rutas de exploración son infinitas las seis compañías más fuertes del mundo son Warner, Concax, Micos, NBS, Disney, empiezan ser telcos y el anzuelo es por medio de una empresa de telecomunicaciones, ya sea Telmex, un sistema de televisión privada o pública, Internet por medio de ellos se genera un público que consuma el contenido. Una cadena de exhibición es Netflix que provee de la infraestructura de consumo por medio del internet, también las compañías de celulares que muestran el contenido, las cadenas de cine, pongamos un ejemplo, Sony compañía japonesa tratando de vender televisiones empieza a adquirir empresas en todas las áreas y los distribuidores son quienes que toman la mayor parte de la creación de contenidos, como las cadenas de cine que colocan en una pantalla el filme de la temporada. El problema de la distribución es que te cobran el cincuenta por ciento del boleto de lo que paga la audiencia y si se realiza demasiada publicidad se puede generar el quince por ciento, aunque el financiamiento de la película sea de la productora, esto es una desventaja y por lo que se buscan otras fuentes de ingreso para poder nivelar la balanza, siendo muy dependiente de la compañía exhibidora.

Esta estructura está en todos los modelos de entretenimiento, no importa si son videojuegos o por medio de plataformas online, una disquera a través de aplicaciones para escuchar música ilimitada, incluso, YouTube se puede usar la plataforma para exhibir a los anunciantes y esta cobra la ganancia por medio de los "views" reproducciones y el streaming desde los suscriptores ¿Cómo debemos entender el valor del entretenimiento? La escasez es lo que genera ingresos siendo valioso el consumir tiempo al entretenimiento, este valor de la cantidad de la audiencia que desea consumir es lo que genera ganancias. Estados Unidos se da el lujo de que se piratearse una película o una serie de televisión ganando dinero a través de las pequeñas ventanas de la distribución y de la publicidad, recuperando el costo de la producción pudiendo ser monetizadas a través de las reproducciones, las suscripciones, en las entradas del cine y el mercadishing de modo que esta curva del aprendizaje, la animación mexicana tiene un respiro al ser contratado por sus servicios en alguna de estas áreas. Los japoneses contratan servicios y animadores en otros países asiáticos para abaratar los costos. Y los norteamericanos pueden cubrir las áreas de distribución, producción y consumo.

El libro de la vida, del cineasta mexicano Guillermo del Toro, lleva a la animación a conocerse en otras latitudes para llevar al cine una historia con toques mexicanos un homenaje a sus tradiciones al relatarnos en modo de leyenda a los dos jóvenes Manolo y Joaquín que compiten por el amor de María, detrás de esta apuesta se encuentran los dos espíritus La muerte y Xibalba que averiguaran quien de ellos conquistará a la dulce María. La celebración del Día de Muertos, los lazos de familia y la familia como trasfondo de la historia, dirigida por Jorge Roberto Gutiérrez nació en la Ciudad de México y criado en Tijuana, asistió al Instituto Nacional de Artes de California donde recibió su BFA y MFA animación experimental bajo Jules Engel, también ha diseñado varios personajes como ChalkZone de Nickelodeon, así como la fascinante historia que catapultó su éxito ¡Mucha Lucha! (2002) una serie mexicana-norteamericana en el que su historia central era la lucha libre mexicana.

La película realizada por estudios Pixar de la compañía Disney retrata la historia de un niño que viaja a un lugar fantástico mundo de los muertos, ganó en las dos categorías en las que estaba nominada a mejor película animada y mejor canción original, con "*Recuérdame*", sin duda los norteamericanos usaron de trampolín a la cultura mexicana al realizar una de las festividades más importantes del país como es el Día de Muertos para conectar con el público y la animación, sin duda no será la única cinta en dedicar una obra con influencia mexicana, la publicidad alrededor del mundo provoco que las personas visitaran y observarán más de cerca la festividad.

La animación ahora tiene una alternativa para conocerse más rápido por medio de la era digital con las famosas redes sociales, no importa la plataforma existentes o las que se inventen en un futuro, pues se crearán modos de llegar al público, tal vez con una iniciativa

poca clara y burda de sus personajes o copiando algo existente de una historia, así como inventando iconos que se identifiquen con el imaginario colectivo y agregando un estilo, así nació el videoblog y animaciones en plataformas en YouTube, Facebook, Instagram como entretenimiento digerible, Tik-Tok como muestra independiente permite que el contenido sea divertido y agradable para que sea una experiencia personalizada desde su Smartphone, Tablet, computadora, televisión conectada al Internet, se podrá disfrutar de algo bien elaborado hasta algo simple y con falta de técnica, pero sin duda ello lo decide el espectador. Las compañías norteamericanas promueven animaciones en alguna plataforma observando la reacción del público, mientras que Japón los entrega a las redes de paga que compran el servicio.

Killer Pollo creado por Cid Vela, mejor conocido como *Galatzia* se destaca por una de las animaciones más simples pero ingeniosas, fue uno de los pioneros al realizar una caricatura sobre cualquier cosa, circunstancia y con el programa Paint.

Dr. Goku creado por Rulo Barrera y Raúl Adrián Lozoya (RAL o Negas) es una de las animaciones en Internet mexicanas vistas en América Latina, destacando los personajes de Dragon Ball historia original de Akira Toriyama, pero con la "mexicanización" es decir, los personajes viviendo en la Ciudad de México en el que Goku es médico y en un programa de televisión responde preguntas de la audiencia en Internet con un doblaje que sorprende por el parecido a la serie original y con los toques humorísticos si vivieran en México. El autor realiza el *Negas* protagonizando a una persona egocéntrica y malhumorada, *Don Maquila*, es el ejemplo entre el jefe y el trabajador en donde el *Negas* le suceden distintas cosas en el trabajo y lugares comunes, y un sinfín de personajes que han creado como *Niño otaco*, *la ranita* ha sido tan populares que millones de personas conocen su trabajo.

Vete a la Versh de Roberto "Darkar" Alatriz es el responsable de que la gente regresará hacia la animación en Internet en el año 2010. Irreverente y sencillo, los videos de Vete a la Versh se destacan por la aparente ingesta de estupefacientes del personaje principal Darkar, quien siempre encuentra la manera de fastidiar el día a día de su compañero Mecoboy.

La Familia del Barrio fue creada en el 2004 posteriormente lanzada en la televisión por el canal MTV en el 2013 realizada por Teco Lebrija y Arturo Navarro, tiene una calidad de animación y personajes que son de lo mejor de la serie, destacando el uso del albur mexicano. Las ocurrencias de los personajes del "*Noruego y el Abuelo"* que siempre encuentran la manera de fastidiar a *Gaspar* con capsulas escandalosas, humorísticas, satíricas y de contexto político y de algunos sectores de la sociedad mexicana.

‘Villanos’ es una serie de Cartoon Network (CN) que está recibiendo críticas muy favorables. Se llama Alan Ituriel y está pisando fuerte en la escena del mundo animado. Un villano llamado Black Hat ha creado una corporación que fabrica malvados productos para venderlos a otros villanos que quieren vencer a los superhéroes. Sin embargo, cada una de las creaciones que pone a la venta tiene algunos desperfectos que lo hacen fallar una y otra vez.

El proyecto es 100% idea de Alan, tanto en su argumento como en su dirección, textos, animación y hasta voces. En 2014, con este proyecto, ganó el concurso ‘Pitch Me Anything’, patrocinado por Pixelatl y CN. Ahí, conoció a algunos ejecutivos del canal, quienes consideraron incluir ‘Villanos’ a la barra de contenidos de su aplicación CN Anything.[40]

Madelein Treviño, una joven egresada de la licenciatura en Diseño Gráfico de la Facultad de Artes Visuales de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), logró estrenar el piloto de su caricatura ‘El Bosque Olvidado’ en el canal de televisión Cartoon Network.

Gracias al concurso “Girl power: pitch me the future” organizado por Cartoon Network y por el Festival Pixelatl 2018, que tenía como premio la producción del episodio piloto del proyecto ganador, Madelein logró vencer a otros 280 proyectos de animación de toda América Latina.

En un vídeo de Youtube la joven egresada de la Universidad Autónoma de Nuevo León señaló que su caricatura, llamada ‘El Bosque Olvidado’, cuenta "las vicisitudes que enfrentará la niña Marty junto al lobo amante del jazz, Urtado, por encontrar a su abuela por “El Bosque Olvidado”.[41]

La escena de la animación mexicana está tomando una gran relevancia en una industria casi nueva pero que ahora abre un terreno en que el talento y la creatividad son las herramientas en que el proyecto se puedan involucrar más personas interesadas en la realización de la animación en esta era de la tecnología moderna.

[40] Monterrosas Vigueras Abraham. (2019). Talento mexicano de exportación: Alan Ituriel, el ‘Guillermo del Toro de la animación’. abril 2, 2020, de Abraham Monterrosas Vigueras. Yahoo Vida y Estilo Sitio web: https://es-us.vida-estilo.yahoo.com/talento-mexicano-de-exportacion-alan-ituriel-el-guillermo-del-toro-de-la-animacion-172102895.html

[41] Milenio Digital. (2020). Egresada de la UANL estrena caricatura en Cartoon Network. abril 2, 2020, de MILENIO DIGITAL Sitio web: https://www.milenio.com/ciencia-y-salud/sociedad/egresada-uanl-estrena-caricatura-cartoon-network

CAPITULO 3. ESTÉTICA EN LA ANIMACIÓN

La estética en la animación tiene el objetivo de crear personajes, decorados y paisajes, a fin de realizarlo es necesario un trabajo en equipo en el cual la elaboración de cada uno de los elementos de producción debe ser coordinados (personajes, narrativa de la historia, guion y montaje). El público es de lo más diversos ya que están orientados al infantil y el adulto.

3.1 Evolución de la técnica y la estética en la animación japonesa.

Los japoneses han hecho suyo el galicismo desde los años sesenta y con el designan tanto a la animación autóctona como a producciones de otros países. El resto del mundo asocia el anime sólo con la producción procedente de Japón. La segunda aclaración deriva en el público consumidor de las obras que se exponen a continuación. Ninguna de ellas, a no ser que se indique, se conciben desde el entendimiento de un público infantil, menor o preescolar. Por último, la aclaración del término manga. El manga no es cine de animación japonés. Si por el contrario lo es el cómic (comic magazine) El japonés consumidor de manga normalmente es también aficionado al anime (aunque no tiene que considerarse un otaku, fanático)[42]

Lo bello no es lo mismo que lo estético y no es lo mismo que lo artístico. Nos movemos en tres campos distintos, que a priori y sin más análisis parecen también derivar en una misma etimología.

La belleza experimentación de lo bello se percibe a través de los sentidos (idea pitagórica), en el pensamiento (platónico), a través de las facultades mentales, como la intuición (idea renacentista que indica que la percepción de la belleza sólo es posible percibirla y experimentarla con el previo conocimiento de un concepto de belleza). Con Kant la belleza se magnifica a términos de universalidad: la estética trascendental (lo sublime, más allá del placer, más allá de lo bello) o también se puede percibir la belleza a través de la contemplación (teorías schopenhauerianas).

El cine de animación es una provocación. Mientras que el cine de imagen real se basa en la realidad de movimiento, el cine dibujado tiene que provocar dicho movimiento, es decir, tiene que hacer que lo estático se haga real en el momento de la proyección.

[42] Yébenes Cortés María del Pilar. (2004). *Los lenguajes del código animado. estudio de la estética del anime (cine de animación japonés).* Madrid: Universidad Europea de Madrid.

Uno de los conceptos estéticos propios del anime que conllevan cierta polémica ante ojos occidentales es la boca pequeña de reducidos movimientos de los personajes japoneses. La polémica: no se produce sincronía entre emisiones vocales y los movimientos bucales. La respuesta: los japoneses no pretenden que se de cierta simultaneidad, pareciendo que se produce polifonía. Fuente sonora o palabra y correlato visual o imagen se emancipan una de la otra. Desde el teatro Bunraku se puede entender esta concepción. Más sencillo, desde el visionado de cintas de ficción como Dolls (2002) de Takeshi Kitano[43] en su primera secuencia.

El código de signos culturales y sociales que no son en tendidos en su totalidad por el gaijn (extranjero) que ve pernicioso actos y actitudes que refleja la narrativa del cine de animación japonés. Los códigos culturales japoneses no los conocemos, de ahí la dificultad de entender el anime, un arte, una ideología, un pensamiento repleto de ficciones simbólicas. Del mismo modo, es difícil saber el significado de las tradiciones plásticas y gráficas japonesas, aunque si es fácil reconocerlas, de ahí la identificación inmediata del anime. El cine de animación japonés es perfectamente reconocible gracias a que posee una estética repleta de códigos. Nunca se ha producido un avance drástico y por lo tanto una ruptura, si, por el contrario, se produce poco a poco y con sutiles cambios estéticos.

[43] Takeshi Kitano: también conocido bajo su nombre artístico de Beat Takeshi. Es un comediante, actor, presentador, director de cine y autor japonés. La mayoría de las películas que Kitano ha dirigido son dramas acerca de mafiosos o la policía, caracterizadas por contar con un humor muy inexpresivo, casi estático. Comúnmente emplea largas tomas, donde parece que nada sucediera o la edición cuenta con cortes que saltan a las consecuencias de un suceso determinado. Muchas de sus películas expresan una filosofía sombría o nihilista, pero también cuentan con mucho humor y un gran cariño por los personajes.

Los ojos son la mirada del alma, permiten reflejar toda una gama de sentimientos posibles. Por eso los hacen. Si afirmábamos que el anime es un cine de contrastes, podemos descubrir que al igual que se trazan los modelos de mujeres altamente sexualizadas, Cutey Honey (1973)[44] o Sailor Moon (1992)[45] la androginia de los personajes es también propia (aspecto sorprendente y en ocasiones rechazado para el mundo occidental). Esta viene siendo una práctica habitual de las representa acciones japonesas con gran tradición, siendo el ejemplo más explícito el personaje de Ranma ½[46] que en unas ocasiones es hombre y en otra mujer, pero si visionamos más producciones anime en muchas de ellas los personajes se hacen difíciles de identificar. Peculiarmente la androginia en Miyazaki no se produce.

[44] Cutie Honey: es una muy conocida serie de anime y manga creada por Gō Nagai en 1973. un androide, el personaje principal, Honey, es considerada un prototipo de *magical girl*, debido a su transformación, y al concepto de chica con poderes. lla no tenía idea de que era un ser artificial y hasta asistía a una escuela católica. ¡Descubrió la verdad el día en que su "padre" fue asesinado por una organización terrorista llamada "Panther Claw", un mensaje de su padre le enseño que al decir "Honey Flash!" podía transformarse en lo que ella desease incluyendo una hermosa mujer de pelo rosado conocida como Honey. Honey juró vengar a su padre y destruir a Panther Claw. El manga contiene aún más violencia, desnudos y humor picante que la serie de TV.

[45] Pretty Soldier Sailor Moon: mejor conocida como Sailor Moon, es una serie de manga escrita e ilustrada por Naoko Takeuchi en 1992. El manga se hizo particularmente famoso por volver a popularizar con gran éxito el subgénero de las chicas mágicas y sus elementos *sentai* (puede ser traducido como "fuerza de ataque" o "regimiento". Es más conocido como el término empleado en la Segunda Guerra Mundial por el Servicio Aéreo del Ejército Imperial Japonés) consiguieron que la aceptación también fuese masiva entre el sector masculino, generalmente menos interesado en este tipo de historias. La obra está centrada en el concepto de "Sailor Senshi",[16] una especie de justiciera con uniforme de "sailor fuku" (traje de marinero) que constituye el arquetipo de heroína dentro de la serie. Las Sailor Senshi son heroínas típicas del género magical girl, y generalmente poseen dos identidades: la civil y la guerrera, siendo la conexión entre ambas a veces de carácter secreto. Una Sailor Senshi posee la capacidad de transformarse mágicamente en su alter-ego, para obtener así un uniforme personalizado y con poderes especiales.

[46] Ranma ½ es una serie de manga escrita e ilustrada por la mangaka, Rumiko Takahashi. Se publicó originalmente en la revista Shūkan Shōnen Sunday de la editorial Shōgakukan desde 1987 hasta marzo de 1996, organizándose en 38 volúmenes en formato tankōbon.(es el término japonés para referirse a un «volumen compilatorio» de una serie en particular como manga, novela ligera, artículos de revistas). La historia gira en torno a Ranma Saotome, un joven de 16 años que fue entrenado en las artes marciales desde que era pequeño. Como consecuencia de un accidente durante uno de sus entrenamientos en el que cayó a un estanque encantado en los estanques de Jusenkyo, llamado el Estanque de la mujer pelirroja ahogada, que hace que se convierta en mujer cada vez que tiene contacto con el agua fría, y, para poder regresar a su estado natural de hombre, tiene que hacer contacto con el agua caliente. Durante la serie, Ranma intenta librarse de su maldición, mientras que debe lidiar con su compromiso de matrimonio con la adolescente Akane Tendo, el cual fue pactado varios años atrás por los padres de ambos jóvenes.

3.2 El arte visual japonés en la psicología del arte.

A partir del enfoque Histórico- Cultural de Vygotsky quién considera que los fenómenos colectivos propios de una cultura o sociedad permiten dar cuenta de la tensión entre el individuo y la colectividad para comprender la manera de constitución de la psique humana, ya que dicha tensión implica una de las discusiones con mayor valor académico e histórico acerca de la subjetividad humana, al relacionarla con la producción cultural y los productos sociales como es el caso del arte.

En la presente investigación se considera que la subjetividad corresponde con todas aquellas características que hacen que una persona o un colectivo social sea diferente de otros y a aquellos factores que se relacionan con los individuos en un contexto en específico, es aquello que emerge de forma de auto referentes, entendiendo estos como la capacidad que tiene un sujeto o un colectivo de hablar con respecto a si mismos o un contexto que les rodea; la subjetividad es un conjunto de símbolos y emociones relacionados con una entidad a la cual se le reconoce a través del contexto y la situación en la que se maneja[47] La subjetividad es una producción simbólico-emocional de las experiencias vividas que se configura en un sistema que, desde sus inicios, se desarrolla en una relación recursiva con la experiencia. La subjetividad es una cualidad constituyente de la cultura, el hombre y sus diversas prácticas, es precisamente la expresión de la experiencia vivida en sentidos diferentes para quienes la comparten, constituyendo esos sentidos la realidad de la experiencia vivida para el hombre. La subjetividad y los componentes ideológicos ocultos dentro del contenido del arte visual japonés. la incorporación de las expresiones de arte visual japonés

Una de las tesis básicas del enfoque Histórico- Cultural trata de dar una explicación a la consolidación de la psique, con relación a la realidad humana la que se compone dentro de sus nociones los componentes políticos, económicos y sociales, con relación a la historia y sus ideas; dicha relación se da a partir de un proceso entre lo social hasta lo individual, esa en donde el individuo se permite aprender un conocimiento a través de un sujeto cercano a este, lo que se denomina - Zona de desarrollo próximo- (Elhammoum, 2010). se da esta desde un nivel social (a través de la cultura) y luego aparece dentro del plano de lo individual cuando el sujeto se apropia de esta y realiza una reconstrucción interna de dicho proceso[48]

---

[47] La subjetividad y su significación para el estudio de los procesos políticos: sujeto, sociedad y política Fernando González Rey. (2012). *Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos*. Bogotá: Biblioteca Latinoamericana De Subjetividades Políticas.

[48] León Galarza Andrea Camila. (2016). *Configuración de la subjetividad con relación al arte visual japonés a partir de la psicología del arte en Vigotsky*. Bogotá, Colombia: Fundación Universitaria los libertadores.

El arte es el conjunto de capacidades para trascender creando distintas manifestaciones de acción que conducen a nuevas opciones para el desarrollo humano cuyos objetos tangibles e intangibles definen una subjetividad para el que lo mira y será trascendida en el tiempo por esta razón el ser humano quiere dejar un legado a través de concepciones estéticas.

Las expresiones artísticas implican más allá de plasmar una idea, un trasfondo donde el afecto, las pasiones, e incluso componentes como la cultura y las costumbres pueden atravesar dichos trabajos, posee elementos afectivos transmisibles.

Yo subjetivo dentro de una existencia comunitaria; es decir, lo social sirve de camino para la individualidad. Es así como el arte refleja las grandes capacidades que puede poseer hombre para expresarse y relacionarse con los demás, de compartir las experiencias y las ideas propias aprendidas a través de su interacción con los otros y el contexto. (Belver y Mullán De La Fuente, 1996)

El interés que surge en Vygotsky con respecto al estudio de la psicología en el arte puede evidenciarse en una doble forma, en primer lugar, la psicología en por un momento deja de lado la comprensión psicológica de las manifestaciones artísticas, marginando la comprensión de éstas dentro de los procesos que se encuentran dentro de toda actividad superior humana, es decir, estas actividades están mediadas por signos. En segundo lugar, a partir del análisis planteado por el autor de la - reacción artística- este manifiesta que el arte, al igual que sus productos, nunca podrían ser entendido como un proceso puramente cognitivo, objetivo y racional, sino que este estaría configurado a través de la consolidación de signos (entendiendo estos como significantes y conceptos propios de un contexto geográfico e histórico), la subjetividad y la emocionalidad propias del sujeto; entonces de esta manera, el arte y sus manifestaciones también se componen de un enfoque social pero vistas desde un proceso de internalización enfocado hacia lo individual (Ortiz de Zarate, 1997)

Las manifestaciones artísticas y la propia psicología del arte que expresa Vygotsky no podrían ser posibles si no estuvieran presentes dentro de los procesos psicológicos superiores de los seres humano s los elementos tales como son la creatividad y la imaginación, cuando hablamos de estos conceptos con relación a la creación artística hacemos referencia a todos aquellos procedimientos relacionados con los procesos psicológicos superiores, en donde para dar solución a una situación o problemática específica, se hace uso de la libertad de decisión y la intencionalidad de la acción, lo cual puede ser considerado una actividad propia del ser humano desde un carácter más individual de aquel entorno que se manifiesta a través de signos y sus posteriores significados.

Debido a que muchas narrativas manga implican una búsqueda más espiritual y los personajes que viven en constante cambio y se desarrollan a través de la historia, esto puede

llegar a interpretarse con facilidad, puesto que pueden llegar a ajustarse a varias narrativas de la literatura infantil occidental. intersubjetividad (Bryce, 2013)

El anime y manga (…) productos relacionados a estos son reinterpretados casi siempre en el lenguaje occidental que sustenta los discursos acerca de la subjetividad, esa que es posible entender como el conjunto de características propio de un contexto y periodo de tiempo. la esencia subjetiva que poseen las obras pasa a perderse entre las traducciones puesto que parte de su subjetividad se encuentra en el lenguaje propio de su entorno, los cuales en nuestro contexto carecen del significado cultural que poseen en oriente gracias a sus tradiciones. Lo que vendría a exponer (…) Gadamer como bajo el concepto del - Juego en la experiencia del arte-como a la forma de ser que posee cualquier manifestación artística, la cual por lo general suele verse más enriquecida en el contexto en el cual se genera y se desarrolla. Gadamer, 2003).

Gracias a los avances tecnológicos, tales como el internet, modelos económicos como el capitalismo y el neoliberalismo, y la expansión de la globalización hicieron que nuevamente estos componente es ganaran adeptos en el nuevo siglo; aunque en la actualidad esto también es un arma de doble filo para la industria, debido a que poco material original llega a estos países, haciendo que los pocos recursos oficiales llegan en cantidades limitadas y a precios que algunos jóvenes no pueden llegar a costear. Ciertos grupos juveniles de ideologías, simbolismos, enseñanzas que toman de oriente a través de sus muestras artísticas y las acoplan a su modelo de vida que está enfocado en las nociones e ideologías de occidente.

El concepto de Otaku dentro de la cultura occidental está relacionado con la fascinación y la identificación por el contenido tanto de manga como de anime al igual que suele mostrar cierto interés por la cultura de oriente; sin embargo la concepción de la misma palabra para las personas de oriente suele ser designada para todas aquellas personas que presentan conductas ciertamente anormales, retraídas, asociales y a quienes en más de una ocasión se les ha relacionado con actos desagradables a ojos de la sociedad, también suele relacionarse el término - Hikikomori- Designado a todas las personas jóvenes que se aíslan del mundo exterior y se refugian en sus aficiones, el Otaku se relacionan con aquellos que se mueven dentro de un grupo social, fascinados por el contenido de las animaciones y ciertas expresiones artísticas del continente asiático. (Parada, 2012).

El hablar por su parte de ideología occidental hace referencia a todas aquellas nociones que su presentan del contexto, que pueden evidenciar los distintos estilos de vida que pueden estar relacionados con su contexto cultural, social, político y económico (El-Outmani, 2006).

Actualmente los niños y jóvenes se desarrollan y socializan en relación con las convenciones sociales y las prácticas culturales de la sociedad, el periodo histórico y geográfico a la que pertenecen, por lo que las manifestaciones de la subjetividad propia de

los jóvenes representarán explícita o implícitamente prácticas y consensos, que suelen ser moldeados por las ideologías de la sociedad a la que pertenecen. Como la subjetividad de los niños se desarrolla gracias a la relación de este con su contexto y con el tiempo de desarrollo de este, esto se dará con la participación de la sociedad en la que se está, y por lo tanto aquello que se puede considerar como "subjetividad" se manifestará de diversas formas (Hisaoka, 2012).

Son únicos en el mundo por cubrir absolutamente todas las audiencias, sean estas definidas por género, edad, preferencias, escala social, o cualquier otro criterio. la interpretación y la traducción de dichos contenidos pasa a ser una labor que se puede realizar con mayor libertad y facilidad, esto debido a que la demanda por este contenido aumenta gracias al mayor acceso a este.

La subjetividad puede verse como un fenómeno en donde vincula a un contexto y una situación histórica, cultural, política y geográfica de una época en donde dicho contenido puede verse traspasando diversas barreras gracias su carácter simbólico.

3.3 Las raíces biológicas de la estética del manga y del anime

El ajolote o axolotl en realidad es una larva de un batracio urodelo, el Ambystoma, que posee la extraña peculiaridad de permanecer como tal larva, sin desarrollar las características de la madurez, hasta su muerte, si las condiciones ambientales son favorables a tal circunstancia. Esta peculiaridad se conoce como neotenia en la terminología biológica.

La neotenia como la conservación de características juveniles en los adultos de una especie. La iconografía a de la neotenia está en la base estética de ciertas criaturas que desde Disney han poblado las pantallas y los comics. Stephen Jay Gould describiendo los caracteres que marcan las formas larvales o infantiles en los animales:

Gould, un famoso investigador y divulgador de la biología, muestra la evolución de las formas de Mickey Mouse como un a convergencia creciente con las características de la neotenia biológica. las diversas fases morfológicas de Mickey Mouse a lo largo de su dilatada vida como personaje de animación, y cómo éstas fueron deviniendo en esas formas redondeadas, se esforzaban en dotar de atractivo a sus personajes.

La estética y descubrimientos biológicos es: ¿Por qué nos resultan atractivos los rasgos infantiles, la cara de bebé, los cachorros animales frente a sus formas adultas? La respuesta de los biólogos, estudiada ya en algunos trabajos de Konrad Lorenz, es que estos rasgos despiertan nuestros instintos de protección y cuidados, incitando a una ternura

imprescindible para que los bebés o los cachorros sean alimentados y acariciados.[49] Es la más importante de sus armas de supervivencia. Un niño que sonríe produce en el adulto una hormona calmante denominada oxitocina[50] un antídoto para la hormona del estrés. Las posturas corporales de indefensión o su misión son constantes también en las formas dibujadas que siguen la estética del manga o el anime. Vemos en las imágenes que anteceden que los ojos grandes, de formas redondeadas y de grandes pupilas, que connotan ideas de emoción o excitación sexual, siendo también preferidas como portadoras de mayor atractivo a las pupilas pequeñas en todos los test psicológicos realizados en este sentido.

Dichas pruebas han sido muy aprovechados por los publicitarios en fotografías de personas reales, sobre todo en retratos en primer plano, para transmitir emoción y calidez. Las posturas de indefensión introducen una nota inquietante: una relación de atracción-dominio entre el espectador y el personaje. La sumisión y la indefensión como armas de seducción incluso ante los enemigos han sido utilizadas de forma astuta y divertida en el personaje del gato con botas de la película Shrek dos. Incluso el ángulo de encuadre que se usa en algunos personajes de anime y manga suele fomentar una visión en ligero picado, tal y como contemplaríamos a un niño, resaltando su cabeza, flequillo y ojos.

La influencia de Disney en Miyazaki ha sido generosamente reconocida por este autor. *Buenavista*, filial de Disney, es quien distribuye las películas del estudio Ghibli de Miyazaki en Occidente. Miyazaki y Otomo, gracias al éxito de Akira, han configurado parte de la estética del manga actual, que comenzó con las historias del niño-héroe Astroboy publicadas por Osamu Tezuka en la década de los cuarenta del siglo pasado. Astroboy ya presenta muchos puntos en contacto con los personajes Disney dominantes en su momento: enormes ojos, extremidades más bien cortas, cabeza desproporcionadamente grande y boca pequeña. Y es el antecedente directo de personajes como Marco o Heidi, ya en la década de los setenta, la animación japonesa comenzó a marcar otra tendencia.

¿Es posible entonces que la estética del manga sea un cruce entre esos personajes tiernos y biológicamente atractivos para todos los seres humanos, y el gusto oriental por la belleza aniñada y frágil, encarnada en esas mujeres de pies increíblemente diminutos y ojos agrandados por el maquillaje, tal y como vemos en la tradicional representación de las geishas? Tanizaki [51] comentaba que los fantasmas japoneses carecen de pies, surgiendo directamente de las sombras que elogió en su obra más conocida en Occidente. En cambio,

---

[49] García Población, Carmen (abril del 2006) "*Las raíces biológicas de la estética del manga y del anime*". paperback nº 2. ISSN 1885-8007. [Fecha de consulta: 23/02/2018] escueladeartenúmerodiez Sitio web: http://www.artediez.com/paperback /articulos/poblacion/raices.pdf

[50] Oxitócina: una hormona hipofisaria que se genera en situaciones placenteras y que provoca mayor confianza, mejora las relaciones y disminuye el estrés.

[51] Tanizaki, J. (2004) *Elogio de la Sombra*, Madrid, Siruela

la cabeza, tanto masculina como femenina, ha sido tradicionalmente priorizada con el uso de complicados peinados y tocados, que obligaban a las mujeres a dormir con una almohada especial que sujetaba el cuello y permitía no despeinarse durante la noche.

La importancia del cabello como elemento de atracción sexual es una constante de todas las culturas. El cabello suelto en las representaciones femeninas ha tenido connotaciones sexuales.

La complicada maraña de rizos y mechones informalmente definidos en los mangas y animes nos recuerda por analogía con las detalladas y exquisitas representaciones de difíciles peinados en las pinturas del Renacimiento italiano. Leonardo Da Vinci se mostraba fascinado por la representación de mechones y bucles, si hemos de hacer caso a su biógrafo Charles Nicholl.[52]

En el manga y el anime, los ojos son enfatizados hasta el punto de que ocupan la mayor parte de la cara de los personajes. Se adornan con brillos y reflejos que los humedecen para hacerlos más emocionales, combinado con las grandes pupilas, boca chica, cabello estilizado, el atractivo que evocan, es claramente sexual y emotivo.

Como dice la autora en su apartado final "Que cualquiera sea capaz de aprender a dibujar mediante unas sencillas "recetas" parece convertir en artistas a multitud de desorientados jóvenes incapaces de comprender a los creadores de arte contemporáneos y sus conceptuales y enigmáticas obras, pero deseosos de todas formas de compartir y expresar cierta creatividad mediante estos personajes sugestivos y exóticos". [53]

En Japón no se esconde el aprecio por la morfología adolescente como iconografía sexual: jovencitas como larvas adultas y sexualmente desinhibidas de cortas faldas y blusas de uniforme colegial.

Se debe entender que la explotación visual ha generado estudios culturales en las colegialas japonesas, el uso de la servidumbre y la atención personaliza de las Maids y Butler que son sirvientas y mayordomos que reciben a los clientes en cafeterías especializadas, en el movimiento idol como productos culturales de consumo, el movimiento lolita de origen japonés cuya actitud esteticista mezcla corrientes juveniles de libertad con la vestimenta de la aristocracia de los siglos pasados, principalmente las épocas del rococó, victoriana, ocasionalmente el barroco y la eduardiana al igual que el movimiento de la estética visual kei usualmente entre músicos japoneses en el que se caracteriza por el uso de maquillaje, peinados elaborados y trajes extravagantes, usando una

[52] Nicholls, C. (2010). *Leonardo: El Vuelo De La Mente*. Madrid, España: Taurus.

[53] García Población, Carmen (abril del 2006) "*Las raíces biológicas de la estética del manga y del anime*". paperback nº 2. ISSN 1885-8007. [Fecha de consulta: 23/02/2018] escueladeartenúmerodiez Sitio web: http://www.artediez.com/paperback /articulos/poblacion/raices.pdf

estética andrógina, no importa el género, si es hombre o mujer todos y todas tienen ciertas características son atractivamente, elegantes, expresando delicadeza, con personalidad dulce, agradable, amable, apacible.

El éxito japón de la animación es hacer más fuerte un sentimiento de ciertos parámetros que consideran del disfrute de los ojos de los espectadores como es el termino de lo "kawaii" Hioshi Nitto, han puesto el acento en uno de los testimonios escritos más antiguos que se conservan del origen del concepto. Esta palabra originaria es la de Kawayushi, compuesta por: Kawa: "cara", Hayu: "rubor" (flushing) y Shi (indica adjetivo), y la obra que la recoge es la de Genji Monogatari ("Cuentos de Genji"), del siglo XI, escrita por Murasaki Shikibu. Finalmente, fue en la década de 1970 donde el término adquirió su forma y significación actual, que tiene carácter dulce, adorable: en rostros y figuras de mujeres jóvenes y niños; como los niños, inocente, obediente y conmovedor. Esto quiere decir que los jóvenes comenzaron con nuevas formas de expresión y de reivindicación. Lo kawaii nació como una revolución por la infancia y Japón se valdría, tan sólo unos años después, para revestirse de una estética propia con la que presentarse ante el mundo.

Hoy en día, "kawaii" se utiliza para expresar un tipo de belleza elegante, delicada, infantil de hermoso cuidado, cándida, sutil, agradable y apacible. Es la revolución kawaii.

3.4 La modernidad a través del anime japonés

El anime japonés ha sabido plasmar su propia cultura en nuevos movimientos culturales en lo que ahora son producciones simbólicas son un referente codificado utilizado en la vida moderna en las sociedades digitales.

Pedro Gómez García nos define el mito como una relación de hechos supra humanos acaecidos en otra temporalidad, eternizada o sacralizada que sirve como modelo para orientar el tiempo histórico, en los que se narran de manera simbólica acontecimientos reales o imaginarios en relación con el origen del mundo o del ser humano, así como a las transformaciones de estos y de la sociedad[54].

"Harry Potter" o "El Señor de los Anillos", tanto la obra escrita como la adaptación cinematográfica constituyen auténticos universos míticos de donde se pueden extraer todo tipo de modelos culturales, fácilmente reconocibles por un amplio público de muy variada edad.

[54] Ogáyar, F. Ojeda F. (2016). *El mito en la modernidad a través del anime japonés*. Revista Nuevas Tendencias en Antropología, N°7, pp. 111-132.

El éxito del mito podría resumirse en ser una idealización de la realidad, en este sentido el mito es creado por una sociedad en un momento determinado y representa los valores hegemónicos donde artistas y deportistas son considerados los héroes de la actualidad, internet y los medios de comunicación son unos aliados imprescindibles en estas nuevas configuraciones, ya que son los canales que vehiculan la proyección de los nuevos mitos.

Tanto "Los Caballeros del Zodíaco" como "Sailor Moon" suponen una traslación del mito a un nuevo tiempo, un tiempo actual que no es el tradicional tiempo arquetípico que ha caracterizado tradicionalmente a los mitos. De este modo se funden situaciones cotidianas con acontecimientos fantásticos y extraordinarios, mostrando una continuidad en el mito que transmite el mensaje de que éste nunca ha dejado de existir, sino que es un hecho paralelo a la historia aceptada, pudiendo hasta influir sobre ella. El empleo de los mitos clásicos por parte del anime supone la confirmación de la actualidad de las funciones intrínsecas del mito, así como su capacidad de adaptación a diversos contextos de espacio y tiempo.

"El mono y el cangrejo" de Katsudo Shashin en 1907 la primera animación nipona. Podríamos decir que el manga fue popular por tratarse de un medio de entretenimiento muy barato que no requería de la asistencia a salas de cine.

El anime es más que una forma de animación japonesa, se trata de todo un fenómeno social que se ha expandido rápidamente por todo el mundo. Es visto en más de 70 países y sus beneficios alcanzan una suma aproximada a los 200 millones de yenes - dos mil millones de dólares- La cultura popular japonesa a través de los dibujos animados y los videojuegos está en el origen de una globalización cultural que mira hacia Asia. nuevas temáticas, historias y música novedosas que auguraban un éxito asegurado.

La relación entre otaku, manga y anime se gesta en la década de los 80 y en la actualidad tenemos que hacer mención del Comiket, una gran convención realizada en Tokyo durante los meses de agosto y diciembre donde se ofertaban mangas y animes de todo tipo. Estos eventos con asistencia de menos de 1.000 personas acabaron convirtiéndose en la cuna de la cultura otaku, llegando a reunir en la actualidad a más de medio millón de seguidores. Los Comiket mostraban tres elementos: el cosplay, el dojinshi y los ero gemu.

El anime como mito convertiría a los individuos en otakus. Este término hace referencia a jóvenes que mayormente son seguidores del manga, el anime y los videojuegos, tendiendo a convivir entre ellos y ser consumidores habituales de estos productos culturales, buscando afirmar su yo en cuanto espectadores. Los individuos experimentan atracción por personajes en particular, "ya no se busca la tradicional fuerza del relato, ni una representación del mundo, ni un mensaje, sino la mejor ecuación posible que combine elementos de atracción susceptibles de provocar reacciones emocionales"

(Menkes, 2012: 55). Japón plasma su cosmovisión y la difunde al mundo (…) a través del anime como herramienta que produce mitos de la modernidad.

El género Mahō Shōjo tiene como característica principal que sus protagonistas sean chicas adolescentes normales y corrientes que adquieren una serie de poderes mágicos y cuyo destino se torna en post de un futuro épico: ya sea salvar el mundo o vencer al mal.

Si el mito es creado por una sociedad concreta, expresando los valores dominantes de la misma, ¿qué ocurriría cuando esta producción cultural traspasase los límites del grupo que la ha creado?

El principal problema que planteaba el mito de Sailor Moon era el alto contenido en erotismo y homosexualidad que portaba, en el contexto en que fue creado esto no trascendió tanto como lo hizo al llegar a Occidente. La tradición judeocristiana latente en nuestra sociedad confería a la homosexualidad unas connotaciones de pecado, vicio o contra natura que perduraban aún en la década de los noventa, por ello se requería que los valores que Sailor Moon llevaba implícitos fuesen modificados para que no sirviesen de modelo a los infantes, potenciales espectadores de la época. Las medidas que se tomaron con relación a esto fue alterar el guion, los nombres de los personajes e incluso el doblaje de las voces. Durante la adaptación de la serie, se optó por dejar claro que no eran travestis, sino que al llegar a la Tierra y no estar transformadas en guerreras, se convertían en hombres reales, rompiendo la premisa de que todas las Sailor Senshi debían ser mujeres.

"Los Caballeros del Zodíaco", nombre en español del anime "Saint Seiya" fue creado en 1986 en Japón de la mano de Masami Karumada. Grosso modo se narran las vicisitudes que deben atravesar unos jóvenes guerreros para defender a la reencarnación en la tierra de la diosa griega Atenea, posee un avatar que le otorga fuerza y protección, este avatar toma nombre y características principalmente de constelaciones celestes, materializándose el mismo en una armadura que reproduce de manera tangible la constelación que simboliza. El poder de los distintos caballeros está también jerarquizado, los caballeros dorados son considerados los más poderosos, por encima de los de plata que a su vez se entienden con mayor poder que los de bronce.

El mito clásico se ha servido del anime para llegar a nuestros días y presentarse de una manera atractiva, para que, de este modo se pueda mostrar las cosmovisiones dominantes de una determinada cultura, con todo esto consideramos además que el mito tiene un carácter dinámico y fluido. El potencial y la creatividad humana son los determinantes claves de esta fuente creadora de mitos, todo ello usado como herramienta en manos de la modernidad con la finalidad de promover valores y modos de vida, así como hacerlos artículos de consumo.

Los dibujos anime son habitualmente creaciones realistas donde se enfatizan determinados rasgos faciales como la forma de los ojos, la boca y la nariz se piensa que los ojos como una transposición del modelo norteamericano para adaptar, imitar, o

simplemente copiar el diseño de Mickey Mouse, representando una mirada empática que busca protección, se apunta al deseo expreso del dibujante de humanizar a los personajes, buscando en una amplia mirada la forma más intensa de expresar la emoción, se trataría de una forma visual de mostrar el estado de ánimo.

El surgimiento de la cultura otaku elementos culturales como son las producciones, incluso se puede hablar de transculturizaciones en las pautas de consumo promovidas por estos mitos: el auge de la comida japonesa, incluso las bebidas que aparecen en las series de anime se convierten en un atractivo objeto de consumo al igual que las escenas como son los paisajes que fomentan sus tradiciones y su patrimonio cultural.

3.5 La relación del manga en la ilustración gráfica

En el manga y anime existen una gran variedad de géneros dirigidos a un público específico, entre los más conocidos podemos mencionar:

- Kodomo (niño): enfocado hacia el público infantil.
- Shōjo (chica): enfocado hacia las chicas de 10 a 18 años.
- Shōnen (chico): enfocado hacia los chicos entre 14 a 18 años.
- Seinen (hombre joven): dirigido a adolescentes y adultos jóvenes.
- Josei (mujer joven): dirigido a mujeres jóvenes.
- Mecha (robot) se trata de robots gigantes controlados por pilotos.
- Hentai (pervertido): dirigido a mayores de edad, Incluye contenidos sexuales explícitos.
- Ecchi: es la pronunciación de la letra H en japonés, presentando situaciones eróticas con un toque de comedia.
- Gore: es un género literalmente sangriento.
- Yuri (lirio): historias de amor entre mujeres.
- Yaoi: historias de amor entre hombres.

Debido a la popularidad y demanda que los productos como el anime y el manga tienen entre chicos y grandes, muchos han optado por hacer de estas producciones nipponas su negocio, por ejemplo, se dedican a vender camisetas con los personajes anime de moda o también de la moda con sus diseños, se realiza la comercialización de series, venta de productos anime, como cartas, stickers, peluches, llaveros entre otros, haciendo de este un campo verdaderamente rentable.[55]

[55] Jiménez, Rene. (2014). "*Influencia del manga en la ilustración gráfica contemporánea en el salvador y la búsqueda de una ilustración manga alternativa aplicada al campo laboral*,". El Salvador: Universidad de El Salvador. Facultad de Ciencias y Humanidades, Escuela de Arte.

El término subcultura se usa en sociología, antropología y estudios culturales para definir a un grupo de personas con un conjunto distintivo de comportamientos y creencias que les diferencia de la cultura dominante de la que forman parte. Las subculturas se definen a menudo por su oposición a los valores de la cultura dominante. Una subcultura es frecuentemente asociada a personas jóvenes que tienen preferencias comunes en el entretenimiento, en el significado de ciertos símbolos utilizados, en el uso de los medios sociales de comunicación y del lenguaje.

Se le considera a una subcultura como: Grupos pequeños sociales. Las culturas simbólicas pueden interactuar con las manifestaciones colectivas des territorializadas uniéndolos en códigos culturales que son la referencia social comunicativa del grupo obteniendo la unión de creencias de una manifestación cultural que conforman un lugar.

La psicóloga Emilia López Perla, la subcultura es "la búsqueda de los jóvenes por una identidad" El termino Otaku se usa en Japón como sinónimo de persona con aficiones obsesivas y se aplica a cualquier tema o campo. La palabra adquirió su connotación tan negativa de aficionado enfermizo, debido a Tsutomu Miyazaki, un hombre de 27 años que entre 1988 y 1989 secuestró, violó y asesinó a cuatro niñas en edad preescolar en la prefectura de Saitama y los restos de una de ellas se los envió a sus familiares bajo el seudónimo de Yuuko Imada, nombre de un personaje femenino de manga. Después de su captura, en la vivienda de este se encontraron 6.000 videos que incluían títulos sangrientos, de horror y también de hentai, además de fanzines (revistas hechas por aficionados) y manga con historias del mismo tipo.[56]

Actualmente se manejan las siguientes acepciones de la palabra. "Otaku (para los aficionados a la animación japonesa), Pasokon otaku (aficionado a los computadores), Gemu otaku (aficionado a los videojuegos), Wota (se pronuncia "ota", aficionados a las Idols), tetsudo otaku (aficionado a los trenes), gunji otaku (aficionados a las artes militares), gore otaku (aficionados a libros, películas, anime, etc., de alto contenido de sangre y violencia), cosplayers (aficionados a hacer cosplay).[57]

"Otaku son los japoneses, por lo general los hombres y por lo general entre las edades de 18 y 40, que fanáticamente consumen, producen y recolectan cómics (manga), películas de dibujos animados (anime), y otros productos relacionados con estas formas de la cultura visual popular y que participaría en la producción y venta de merchandising derivado". (Hiroki, 2009)

[56] Cobos Tania. (2010). *Animación Japonesa Y Globalización: La Latinización Y La Subcultura Otaku En América Latina*, marzo 23 2020, de animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en américa latina sitio web: www.razonypalabra.org.mx

[57] Ibidem.

Tiene un amplio campo de dónde escoger en cuanto a la animación y productos japoneses se refiere, tiene la opción de ver anime ya sea doblado por televisión o subtitulado por internet, puede descargar o subir las series que más le gusten, tiene la facilidad de comprar o leer los mangas online, puede conocer la biografía de sus mangakas favoritos, conocer el trabajo de los seiyuu (actores de voz japoneses), asistir a eventos relacionados con la cultura japonesa.

El estudio de una subcultura consiste con frecuencia en el estudio del simbolismo asociado a la ropa, la música y otras costumbres de sus miembros, y también de las formas en las que estos mismos símbolos son interpretados por miembros de la 37 cultura dominante. Si la subcultura se caracteriza por una oposición sistemática a la cultura dominante, entonces puede ser descrita como una contracultura. (Hebdige, 2002)

Moda Conjunto de gustos, costumbres y modos de comportarse propios de un periodo de tiempo, de un conjunto de personas o de un país determinado. (Vox., 2007) Las subculturas forman parte de una moda, ya que la conforman una porción de formas mediáticas, estas han inyectado este tipo de ritualidades o comportamientos.

La moda otaku en la era globalizada como influencia para los próximos años, así como lo han hecho Japón con los videojuegos, anime y manga, Corea del sur con el K- pop (música coreana) y los Doramas (series o novelas coreanas). Los jóvenes que gustan del anime y manga manifiesten sus gustos y aficiones por medio de ciertas tendencias o estilos, ya que es normal dentro de una subcultura y puede tener un amplio contenido y diversas formas de expresión.

Muchos son atraídos por este tipo de entretenimiento y al ser las compañías japonesas líderes en la producción de videojuegos, son estas las que aceran o incentivan a los Jóvenes a conocer un poco más de la cultura japonesa ya que crean una franquicia de medios que incluyen comic, novelas, películas. La ilustración japonesa en la actualidad ha evolucionado tanto que ahora ya no solo se encuentra como un tipo de dibujo sencillo o en el caso del anime, en 2D, ahora ya se ha introducido a la imagen 3D, que es más realista, más natural y que se presenta de una forma más compleja, y mucho más expresiva que la anterior.

El origen de una estética, se le debe también de las artes gráficas tradicionales japonesas, y tiene continuidad en movimientos artísticos Posmodernos como el Superflat (Movimiento artístico posmoderno fundado por el artista Takashi Murakami, quien está influenciado por el manga y anime).

Las redes sociales, que son el medio de transporte por el cual estos artistas dan a conocer su trabajo, así también estos mismos pertenecen al conjunto de consumidores de

diversos productos (videojuegos, figuras, mangas, artículos anime, etc.) Que intervienen en la difusión de dicha estética.[58]

"El manga atrae a tanta gente porque es una cultura a la que no estamos acostumbrados y tiene una temática muy amplia, por lo que puede dirigirse a todos los gustos y edades" Eugenia Lara, directora del Salón del Manga de Sevilla". (Belausteguigotia, 2011) Continúa el autor diciendo que La estética manga Espectáculo representado en directo ante un público

El termino otaku es usado para definir la nueva cultura consumidora (y también creadora) de los artistas aficionados comúnmente se inician como consumidores de producciones de dicha estética, para luego proceder a convertirse en creadores de esta, el colectivo consumidor, que incluye a todos los otakus y el creativo, que son todos aquellos que a raíz de consumir sienten la necesidad de recrear, reinterpretar lo que consumen y a su vez ofrecerlo a los demás como un nuevo producto de consumo.

El Otaku consumidor; este colectivo es muy importante puesto que de entre aquellos consumidores, surgen creadores (artistas amateurs) de nuevos productos que reproducen los esquemas con los que fueron y continúan siendo seducidos como consumidores. "Para que un otaku creador sea movido por la seducción es necesario el establecimiento de un determinado imaginario, una colección de imágenes que facultan al sujeto para apropiarse de un determinado producto como medio para decodificar la cultura/realidad "[59] y El otaku creativo Aquí es donde el ataque deja de ser un simple consumidor y pasa a ser un artista amateur, no solo reproduce las obras de su base de datos, sino que comienza a producir un nuevo material que posteriormente pueda que sirva como base de datos de otros otakus .

La creación de fanfics, fanarts o doujinshi que les permiten expresar su deseo en cuanto a la dirección que quieren que vaya la historia. (…) los espectadores quienes pueden incentivar al artista aficionado a continuar con su trabajo, así también como hacerlo desertar. online de artistas aficionados.

Hoy en día existen muchas comunidades especializadas en la difusión de ilustración, una de ellas es la famosa Deviantart, que es un espacio virtual en el que cada usuario puede mostrar su arte y aprovechar las posibilidades de la red para someterlo a los

---

[58] Jiménez, Rene. (2014). "*Influencia del manga en la ilustración gráfica contemporánea en el salvador y la búsqueda de una ilustración manga alternativa aplicada al campo laboral*,". El Salvador: Universidad de El Salvador. Facultad de Ciencias y Humanidades, Escuela de Arte.

[59] Vaskes Santches Irina. (2008). *La transestética de Baudrillard: simulacro y arte en la época de simulación total*. marzo 20, 2020, de Investigación estética postmoderna Departamento de Artes Visuales y Estética Facultad de Artes Integradas Universidad del Valle Sitio web: http://www.scielo.org.co/pdf/ef/n38/n38a09.pdf

comentarios y críticas de otros artistas miembros misma. Deviantart alberga una enorme cantidad de ilustraciones unos por la afición y otros de manera profesional.

En la ilustración manga generalmente existen ciertos patrones o reglas que seguir para poder realizar un buen personaje.

Rostro: La forma básica para hacer un rostro es saber un poco de geometría y de las diferentes posiciones: frontal, lateral y perspectiva. Se empieza haciendo un círculo y sobre estas líneas. se indican dónde irán los ojos la nariz y la boca, así como se muestra en la ilustración.

Ojos: La elaboración de los ojos depende del estilo de dibujo que se quiera adoptar, las proporciones y partes del ojo se exageran de distinta manera, esto será un punto clave para el diseño de distintos personajes. Las partes que casi nunca se omiten en la ilustración manga son: pupila, iris, parpado superior, brillo, pestañas superiores y cejas, esto depende del realismo que se le quiera dar al dibujo. Cuerpo humano.



Ilustración[60]

[60] APAPA Mokona, CLAMP, Ohkawa Ageha, 1996, Card captor Sakura, Ilustración, Recuperado en https://cardcaptor-sakura-manga.com/manga/cardcaptor-sakura-chapter-50/

En la anatomía siempre es necesario comenzar con líneas guías, que le ayudan al dibujante a crear su personaje.

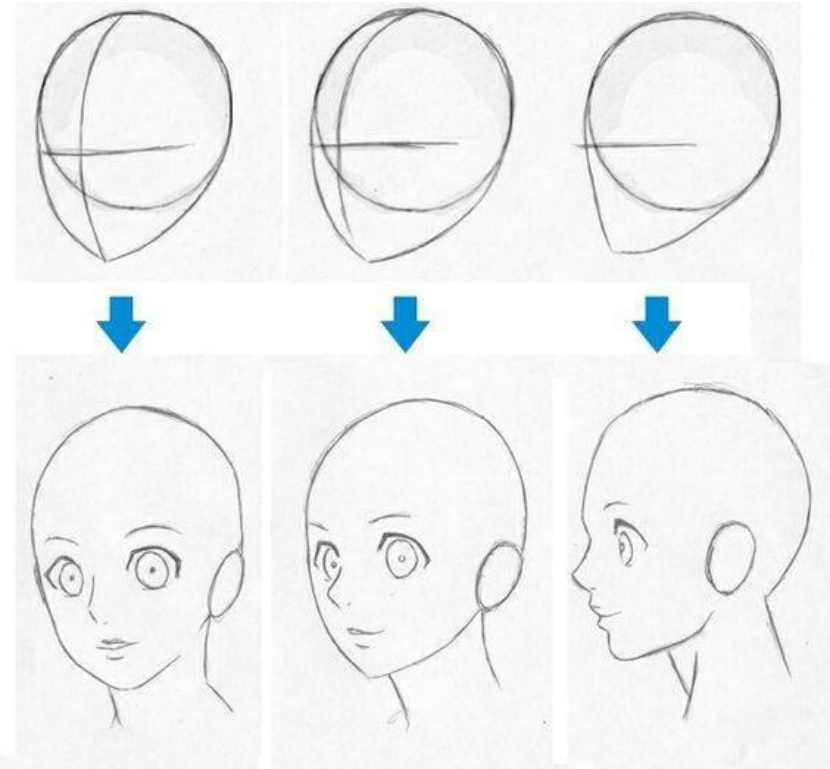


Ilustración [61]

Lo más básico es siempre hacer figuras geométricas como círculos y líneas, partiendo de un círculo para darle ubicación a la cabeza, una línea vertical simulando la columna vertebral, una caja superior para ubicar las costillas y una más pequeña en la parte baja de la línea para simular la pelvis. Luego, pasamos a las líneas que simularan los brazos con un círculo en medio que será el codo y en la parte baja las otras dos líneas, más largas que las anteriores simulando las piernas y en medio de esas líneas el círculo que simula la rodilla.

Actualmente en Japón se comercializan blocs específicos para dibujar manga que incorporan márgenes de comic cuyos bordes están milimetrados, lo cual resulta muy útil a la hora de dividir en viñetas o de señalar secciones que se quieran eliminar.

Algunos tipos de minas utilizados son: HB, B, 2B, 4B. Esto se escoge según la función y presión que se va a ejercer sobre el lápiz. Los portaminas y lápices azules son muy prácticos, además el azul no se marca cuando se imprime, este se puede usar para señalar algo importante o pueden servir para marcar las zonas que se desean dibujar.

[61] Vicent Cristhian, Cómo Aprender A Dibujar Anime y Manga Paso A Paso [Guía Definitiva], Ilustración, https://practicarte.com/blog/como-aprender-dibujar-anime-manga-pasos/

Normalmente se utilizan las cajas de luz para iluminar la pantalla por debajo y de ese modo se puede calcar perfectamente el dibujo que se desea reproducir y ayuda a que el trabajo sea más preciso. Un utensilio muy importante es el líquido corrector, que se aplica para corregir tramas y líneas que no están bien formadas, así también para dar brillos y efectos sobre la tinta negra.

Las tramas son indispensables para dibujar mangas, estas se venden por separado, en sobres plásticos individuales. Se encuentran por códigos y vienen en una gran variedad, desde la trama de puntos con diferentes graduaciones que crean tonos en blanco y negro, hasta las texturas que se ocupan para la ropa. Estas tramas son adhesivas por lo que se requieren de herramientas para pegarlas en dichas ilustraciones y están las cuchillas que son utilizadas para cortar la parte de la textura que se desea sombrear.

El entintado, es cuando se ha realizado el proceso del dibujo y los utensilios que se utilizan son los siguientes:

Pincel: Posiblemente la técnica más antigua y extendida por los dibujantes veteranos.

Plumilla: La segunda en antigüedad, comúnmente usada para la caligrafía. Mediante la realización de diversas presiones se consiguen los grosores adecuados para la valoración de la línea. Rotulador Calibrado: Pensado para el dibujo técnico, se ha convertido en el método más usado debido a la facilidad y al precio de los materiales.

El tramado es una forma de dar tonos grises y texturas ya sean en blanco y negro o, en casos contados, con tintas planas.

Las tramas ayudan en gran medida a definir el mensaje que el mangaka quiere transmitir. Los autores juegan usando los diferentes tipos de trama y sus funciones para dar o reforzar un valor añadido a la obra. la técnica informática en el que se utilizan programas como: Photoshop, Corel draw, Illustrator, Canvas, etc. que son muy utilizados por los aficionados y profesionales.

Se debe de tomar en cuenta para la elaboración de personajes:

- Objetivo
- Misión
- Visión
- Propuesta
- Proyecto
- Equipo de producción
- Guion
- Proceso de elaboración de los personajes

3.6 La forma de vida de un otaku

El término Otaku surge en los años 80, y era una forma amorosa de decir “mi casa”, como ‘este comic es mi casa’, ‘este juego es mi casa’, etc. Pero luego en los años 90 sufrió una transformación y se comenzó a utilizar en forma negativa. El punto de quiebre es la historia de Tsutomu Miyazaki, conocido como el “Otaku Asesino”, quien entre 1988-1989, secuestró y asesinó a cuatro niñas de entre cuatro a siete años. La violencia de los crímenes generó una gran publicidad respecto al tema, se hizo de conocimiento público que Miyazaki sentía un gusto obsesivo sobre mangas y animes de estilo gore. Esto originó un enorme rechazo de la opinión pública respecto de quienes se sentían atraídos por el anime y el manga de cualquier tipo, lo que se expresó principalmente en los medios de comunicación, quienes realizaron crónicas y reportajes sobre los Otaku. Uno de los artículos que más trascendió fue el escrito el columnista Akio Nakamori, llamado 'Otaku' no Kenky ū’ en el cual los describe como ‘nerds, raros”, entre otras características negativas. Estos quienes se identifican como Otakus me enferman profundamente. El Anime fue un error, no es nada más que basura” [62]

En sus comienzos el manga y el anime tenían como públicos objetivos a los niños, puesto que se pretendía que estos ayudaran a la venta de juguetes 1970 y 1980. El anime servía como una especie de anuncio para los juguetes, por lo tanto, quienes crecieron en los años 70 con ciertos animes serían la primera generación de Otakus en los años 80 en Japón.

Hayao Miyazaki habló del término "otaku" tiene una connotación bastante negativa en Japón y se usa más para clasificar a los fanáticos que se obsesionan con algo (esto no tiene por qué ser anime). Las preocupaciones específicas de Miyazaki están relacionadas con la falta de atención a las personas en la vida real. Dijo que las personas en la industria "no pasan tiempo mirando personas reales" y pueden caracterizarse como "humanos que no soportan mirar a otros humanos". Luego llamó a la industria "llena de otaku". Miyazaki se acerca a la animación observando a otros. En la entrevista, mientras Miyazaki dibuja, explica que puede crear arte porque pasa tiempo mirando a los demás. "Si puedes dibujar así o no, poder pensar en este tipo de diseño, depende de si puedes decirte a ti mismo, 'Oh, sí, las chicas como esta existen en la vida real'". [63]

[62] Nakamori Akio. (1983). Estudio de Otaku 1 La ciudad está llena de "otaku". Diciembre 18, 2018, de Museo “Manga Bricco Sitio web: http://www.burikko.net/people/otaku01.html

[63] Smith Carly. (2014). Hayao Miyazaki: el anime sufre porque la industria está llena de "Otaku". Diciembre 18, 2018, de escapistmagazine Sitio web: https://v1.escapistmagazine.com/news/view/131872-Hayao-Miyazaki-Anime-Suffers-Because-the-Industry-is-Full-of-Otaku

Tokyo se encuentra dividida en 23 barrios especiales, 26 ciudades, un distrito y cuatro prefecturas. Los barrios especiales poseen entidades autónomas respecto a los bienes y servicios, además de que cada una cuenta con su propio alcalde y asamblea. Los más famosos son Shinjuku, Ginza, Harajuku, Akihabara, Ueno, Asakusa, Ikebukuro. Y cada una de ellas tiene su característica especial, por ejemplo, Shinjuku y Ginza son conocidas por ser los centros del lujo y estar posicionas en el centro de Tokyo, mientras que en Asakusa se encuentra el templo de Senso-ji, y por ello se considera un lugar tradicional. Por otro lado, Ueno es famoso por su zoológico y Harajuku es internacional mente conocido como el centro juvenil de la moda, ya que incluso cantantes reconocidas como Gwen Stefani y Avril Lavigne tienen canciones dedicadas al barrio o filmaron videos musicales allí, Akihabara e Ikebukuro, son los centros de reunión para los Otakus.[64]

En términos generales Akihabara es un centro tecnológico, y es denominado como tal debido a que grandes compañías tecnológicas tienen tiendas y sedes allí, sobre todo de telefonía móvil como Docomo y empresas de video juegos como Sega.

Akihabara, Ikebukuro es más diverso, y se caracteriza por tener tiendas de ropa femenina y artículos juveniles, además de encontrarse más retirado del centro de Tokyo. Tiene como característica también que allí se concentra gran contingente de población China migrante, y por ello un sector es conocido como el "ChinaTown", y varia de la oferta del comercio es procedente de dicho país. Desde el aeropuerto para poder llegar a los barrios de Akihabara e Ikebukuro se debe utilizar la línea skyliner la cual arribará la estación principal de metro, la estación Tokyo. Desde allí existen múltiples opciones sin embargo la más simple es tomar la Yamanote Line que es una circunvalación que llega a las estaciones principales del metro en Tokyo.

- Sato Toshihiko: fundador y presidente de los estudios de producciones "Reed". Productor de la serie animada "Magical Princess Minky Momo"
- Honda Toru: Autor y crítico cultural que ha escrito diversos textos con relación a los Otakus. Entre los más destacados se encuentran "Moda no tetsugakushi" (Una historia filosófica de los hombres impopulares) y "No nai ren ai no susume" (Recomendando el amor imaginario)
- Kotani Mari: Critica de ciencia ficción, fundador a de la "asociación feminista japonesa de ciencia ficción"
- Maeda Jun: Guionista de la compañía Key (la cual produce juegos de computador teniendo como objetivo a hombres adultos)
- Saito Tamaki: Psiquiatra especialista en pubertad y adolescencia

Abril Ortiz en *Otakus: la ficción como forma de vida* realizó una investigación de algunas entrevistas de manera breve arrojaron ciertos datos; estos entrevistados fueron: 1)

[64] Interactive Tokyo Map. (2008). Enero 15, 2019, de Interactive Tokyo Map Sitio web: http://tokyomap.com/

Personas de nacionalidad japonesa 2) Mayores de edad 3) Realizar un trabajo que se encuentre relacionado directamente con los Otaku. 4) Se identifican a sí mismos como Otakus.

Explica que la animación en Tokyo se encuentra en todos lados, en el metro, en las tiendas, en los avisos publicitarios, en la televisión, en las revistas, etc. Este se utiliza para comunicar mensajes, para adornar, para satirizar, para expresar, entre otras múltiples funciones, debido a ello se le considera como un medio de comunicación más, por lo tanto, esta no se encuentra sólo dirigida a los niños, sino que también se utiliza para enviar mensajes a los adultos. Existen universidades que imparten carreras de diseño y dibujo e incluso en Kyoto existe un museo dedicado a la historia del manga.

La relación ficción y realidad tendrá como propuesta el anime en los Juegos Olímpicos y Juegos Paralímpicos del año 2020 tendrá tal nivel de masificación que los personajes son utilizados para promocionar hitos turísticos de la ciudad, como la torre de Tokyo.

Debido a la gran exposición que poseen ciertos animes y mangas, estos son adoptados por la cultura "popular", y son ampliamente aceptados por la población general, y por tanto quienes gustan de ellos, no son considerados como Otakus.

Existen diferentes criterios para separar a los Otakus del resto de la población (la categorización ellos/nosotros), uno de ellos tiene que ver con la masificación. No se considera negativo ver anime o leer manga que "todo el mundo" lee o ve, puesto que este es de gusto popular y ello no representa un problema a en la sociedad, debido a que técnicamente no afecta el transcurso de lo que los japoneses considerarían una "vida normal, conforman una masa que está dispuesta a gastar su tiempo y su dinero en dichos pasatiempos y gustos Nomura Research Institute, realizó un estudio de mercado" (The Otaku Group from a Business Perspective: Revaluation of Enthusiastic Consumers, NRI Papers)**.** [65]

Los tres principales mercados, son el manga, el anime y el de idols, esto es dado que poseen mayor cantidad de fans y quienes están dispuestos a invertir más dinero en sus gustos. Dentro de este universo de consumidores, la industria musical de boys bands y girls bands japonesas los entrenan desde pequeños y estos viven siguiendo estrictas vidas impuestas por sus compañías, que los vuelven un producto comercial perfecto. "componentes" de la identidad Otaku, que el tema que cruza todos ellos, es exactamente la

[65] Kitabayashi, K. (2004). The otaku group from a business perspective: Revaluation of enthusiastic consumers. marzo 31, 2020, de NRI Papers Sitio web: http://www.xjaymanx.com/xjaymanx_2006/Images-LVO /xjaymanx_nomura01a.pdf **https://www.nri.com/global/news/2005/051006.html**

ficción, ésta comprendida como lo que no se encuentra en "la realidad" natural y proviene de la imaginación de las personas, además del hecho de que compartan un espacio en común. Durante esta descripción nos abocaremos a los fans que son "más extremos", puesto que estos son quienes interrumpen su forma de vida, para poder centrarse en su afición.

"Geek" o "Friki se usa occidente para los japoneses ser un Otaku es prácticamente un insulto, se utiliza como sinónimo de alguien quien es raro, antisocial, y obsesivo. otaku de anime (un fan del anime), otakus que hacen cosplay (fans que se disfrazan de su personaje favorito), otaku de manga (un fan de los comics japoneses), Otaku pasokon (persona fan de los computadores), gemu otaku (Fans de los videojuegos), y wota (persona que es fan de los 'idols' o artistas).

Crea su propio contenido entorno a ese anime ya sean fanfiction[66] o fanart.[67] Historias creadas por fans que se inspiran ya sea en un anime, una película, un manga o un libro y que utilizan a los mismos personajes, dibujos creados por los mismos fans.

Otras corrientes subculturales que se pueden encontrar en Tokyo, como son las "lolitas" o los "visual kei, por tanto, lo existe bajo este estereotipo de los Otakus, es que son hombres –y mujeres- quienes se han salido de (o abandonado) la realidad social, que ya no aceptan la norma de la comunidad, debido a que no fueron capaces de vivir acorde a ella. Es por ello se les ha ligado con lo que es conocido como "hikikomori", la enfermedad del aislamiento. Acuñado así por el doctor Tamaki Saito, este fenómeno social tiene como síntomas un completo retraimiento de la sociedad, quedándose confinados en casas de sus padres sin tener ningún contacto con el exterior.

La autora dice que los hombres Otaku usualmente son retratados como fracasados sociales, económica y sexualmente. El término salió de la subcultura como una auto descripción negativa.

En un fragmento de la entrevista podemos rescatar que los Otakus andan solos o en grupos pequeños y que Akihabara, Ikebukuro y Harajuku deberían estar más llenos en invierno. A pesar de él lo no he visto ninguna persona haciendo cosplay en la calle, sólo a las Maids que promocionan los cafés."

[66] Fanfiction: Se trata de una ficción creada por fanes y para fanes, la cual toma un texto original o persona famosa como punto de partida. Se crea, por lo general en una comunidad o fandom (que se refiere al conjunto de aficionados a algún pasatiempo, persona o fenómeno en particular) y es distribuido, principalmente, en línea aunque antes del internet se imprimían.

[67] Fanart: usado para denominar aquellas obras de arte, principalmente visuales, que están basadas en personajes, épocas, vestuarios u otros que el artista toma de universos previamente creados por un tercero. (arte hecho por fans).

Las estaciones además de ser centros de comercio, "representan" el barrio, puesto que cada barrio posee algo que lo vuelve distintivo. (…) A pesar de que cada barrio se encuentra definido, y tiene su especificidad, existe un tema relevante dentro de ellos, que es el de lo público y lo privado. En Tokyo la conceptualización del espacio público versus el espacio privado es algo que se encuentra delimitado y forma parte de la conducta del colectivo en Japón, existe un lugar y un momento apropiado para hacer las cosas. Las parejas no se besan en la calle, tampoco se come mientras se camina, ni las personas se suenan en público, no se habla por teléfono en el metro. Todas estas acciones son consideradas como pertenecientes al ámbito privado de la persona, por lo que sería considerado inadecuado hacerlas en un espacio público.

Esto se vuelve extremadamente relevante, puesto que es solamente en estos espacios, en donde se encuentra "permitido" el ser social de los Otakus. Son en estos barrios en donde se permiten los eventos y ciclos de anime, donde se hacen los nuevos lanzamientos, y en donde se encuentran las tiendas especializadas, a su vez también es donde se permite hacer cosplay. "Nadie va haciendo cosplay en el metro, tú lo puedes ver, todos van vestidos con ternos, y las mujeres con colores no llamativos, esto es porque el modo de vida japonés implica reconocer los lugares en donde se pueden hacer las cosas y en los que no" (Abe Satoshi, el ser social de los Otakus es expresado en estos lugares. y por tanto se vuelve también parte del paisaje y de la cotidianeidad. A la vez en estos espacios es posible visualizar concretamente todos los "componentes" de la identidad Otaku.

Akihabara: El denominado "centro electrónico" de Tokyo, conocido así desde los años 80 ya que sus tiendas principales se dedicaban a la tecnología y a la electrónica, una atracción internacional. Está hecha en torno a la gran estación de metro de la JR Line, Akihabara. Esta tiene cuatro salidas (norte, sur, este y oeste) y los pasillos que dirigen a ellas poseen muestras de figuras de anime y las tiendas cuelgan letreros con los próximos estrenos.

Una particularidad importante y que ha posicionado a Akihabara como un centro Otaku, son los que se denominan como "maid coffe", estos son cafés, donde mujeres vestidas a la usanza de los juegos de citas que se inventaron en los años 80 sirven e interactúan con los clientes. Los juegos de citas o "bishojo games", consisten básicamente en un personaje femenino –joven e inocente- que interactúa con el jugador a través de sus decisiones en el juego y de esta forma se simula tener una relación de pareja. Estos personajes poseían una estética particular, que se basa un vestido como de empleada doméstica inglesa o francesa del siglo XIX.

Estos cafés se crearon en este barrio en los años 2000, que fue en la década donde Akihabara se consolidó como un centro Otaku. Dado que se basan principalmente en la recreación de la fantasía del juego. No tienen otro espacio donde relacionarse, es por esto por lo que se han vuelto tan populares. Los coffe maid de Akihabara son esencialmente espacios destinados para hombres.

Ikebukuro: Existe mayor diversidad en el comercio, y quienes populan por él, son un público más variado. En Ikebukuro además, se pueden encontrar las versiones masculinas de los "maid coffee", estos son conocidos como "Butler's Coffee", en algunos los hombres se encuentran vestidos como mayordomos, y en otros hacen cosplay de diversos personajes de anime.

Concurren otros tipos de café, llamados "Host club", en donde las mujeres pagan por compañía masculina, y los hombres deben coquetear con las clientas y son los encargados de servir los tragos y dirigir la conversación, puesto que se supone que los "host" poseen diferentes habilidades carismáticas, como el canto, el baile, o la comedia. En estos locales se prohíbe el contacto físico, al igual que en los Butler's Coffee y en los Maid Coffee. Para atender utilizan seudónimos que son usualmente tomados de sus animes favoritos, que además describe su personalidad.

Las tiendas especializadas en mangas son denominadas Madarakes,[68] y tienen diferentes pisos. Las secciones están divididas por temas, pero una de las secciones más grandes son las que se dedican al yaoi o boys love, que son historias gráficas de amor entre hombres.

Estas tiendas no tienen ningún tipo de regulación de quienes entran y de quienes ven el contenido, esto al parecer es visto como un problema por el gobierno actual, que es de derecha y considera que si una niña de doce años ve ese contenido puede "pervertirse" o "confundirse". Sin embargo, no existe una regulación respecto a quien compra o quien ve el contenido en las tiendas.

Las tiendas que se encuentran solamente en este barrio son las que se dedican a vender mercancías relacionadas con "idols" masculinos como el grupo "Arashi", quienes son una boy band con cinco integrantes, que debutaron en 1999 bajo la compañía de "Johnny&Associates" y su fama y popularidad ha perdurado hasta hoy en día. No podemos olvidar también la forma de expresión femenina de las idols como son el ¡Hello! Project que es un conglomerado musical de grupos vocales y solistas femeninas de J-pop cuyo grupo insignia es Morning Musume.

Shinjuku es un centro de alta moda y vanguardia, se han establecido los bares gays en qué ver principalmente con la alta afluencia de extranjeros y con la tolerancia que tienen los japoneses a este tipo de relaciones. Ayudan a crear la fantasía de que la ficción puede ser llevada al plano real.

El hombre asalariado japonés. Estos son quienes tienen trabajos que se podrían denominar como de "oficina". se debe comprender que, desde la introducción del capitalismo y la ciencia occidental, el "progreso" y el "desarrollo", con las reformas de

[68] Ejemplo de Mandarakes de idols japonesas, J-Pop. Recuperado: https://order.mandarake.co.jp/order/ListPage/list?categoryCode=0502&lang=en

Meiji, se necesitó un "prototipo" de hombre que cumpliera con los requisitos del capitalismo industrial, es decir se requería al hombre asalariado. Esta exigencia no sólo trajo consecuencias económicas, sino que también sociales y culturales, como ideal de lo que debe ser y respetable. Lo que sale de la norma es diferente y raro para el estilo japonés que requería de la nación en la modernidad.

La importancia de la comunidad frente a tu comportamiento. Esta es "kikubari (気配り)" que es el concepto que engloba la necesidad de tener en cuenta la gente que te rodea, la obligación del entendimiento de que se es parte del grupo al cual se le debe consideración a la hora de comportarse.[69]

El "Moé" es la atracción amorosa o física hacía un personaje ficticio. La palabra fue acordada del término "Moeru" la cual se traduciría como "arder de deseo" la experiencia estética del moe y de lo kawaii.

Honda Toru, quien es un autor, crítico cultural y un auto proclamado Otaku, el Moé o el amor por personajes ficticios, es más una opción de explorar los mundos imaginarios que de reemplazar la realidad con una copia animada, puesto que los mundos que se pueden crear son infinitos, y no se encuentran restringidos por las leyes del mundo real y la sociedad, esto a su vez expande las posibilidades de ambos géneros, ya que mientras los hombres desean imaginar relaciones con chicas robot, las mujeres fantasean con relaciones homosexuales, y construyen mundos y relatos donde dos hombres se enamoran en distintos escenarios. "Se conoce como Bishojo o juegos de citas, en donde el jugador podía interactuar con un personaje (que era siempre una chica joven y tierna) y simular que mantenía una relación amorosa con ella. Esto y otros factores externos (como las crisis económicas), han llevado a que muchos abandonen las pretensiones de conseguir el amor en la vida real, y mantenerlo en la ficción." el llamar a sus personajes favoritos como "waifus" (ワイフKatakana de la palabra inglesa wife o esposa en español)

Las mujeres por otro lado se han volcado a fantasear con relaciones amorosas entre hombres, esto es lo que se conoce como yaoi. Los desarrolladores de mangas, de videojuegos y de anime, están conscientes de ello, y últimamente ha existido un boom respecto a juegos y comics de estas temáticas.

El deseo, o el interés por estos personajes de ficción, van más allá de lo que se podría considerar como una obsesión en términos psicológicos. Puesto que si esto fuera así, se tendría a un gran contingente de población con un supuesto trastorno psicológico, y esto no daría una explicación social satisfactoria al fenómeno.

---

[69] Galbraith W. Patrick. (2009). The Otaku Encyclopedia: An Insider's Guide to the Subculture of Cool Japan. marzo 31, 2020, de semanticscholar.org Sitio web: https://www.semanticscholar.org/paper/The-Otaku-Encyclopedia%3A-An-Insider's-Guide-to-the-Galbraith Schodt/e08d712278f6cd1296a8d429e5ac15fc43130479

Lo que dice la autora es la otra parte del sentimiento Moé es la calma (iyashi). Tú miras a un personaje lindo y tu corazón está en paz. Moé es una calidez y un consuelo que no puede ser encontrado en la sociedad humana. Los personajes Moé tienden a estar separados de los humanos y de la realidad en ciertas formas, por lo que tienes chicas con orejas de gatos, o chicas robots, o chicas alíen. Hay una cierta pureza en estos personajes no está contaminados por nuestro mundo".

Esta libertad que se encuentra en los mundos ficticios les parece más atractiva y por tanto más deseable que las múltiples restricciones que se ponen en la sociedad y en la realidad para establecer relaciones interpersonales. En los mundos imaginarios el ser con el que se entabla una relación no les exige ser de una determinada manera, no requieren tener un sueldo o sustentar una familia, puesto que son ellos quienes manejan a la contraparte. Es por ello también que la mayoría de los juegos y mangas bishojo poseen protagonistas a muchachas inocentes que les permite n a los consumidores posicionarse imaginariamente como sus protectores, a pesar de que en la realidad sean considerados seres débiles, poco útiles para la sociedad.

Kotani Mari, dice que existe un deseo, o una remembranza por los tiempos de la inocencia y de la "no obligaciones", y esto es lo que puede ser revivido constantemente a través de la ficción. Es por ello por lo que existe una especie de infantilización en la personalidad de los Otakus, quienes se refugian en estos mundos imaginarios ya que no cumplieron las expectativas del mundo adulto y asalariado. Un artículo del código penal (el artículo número 175) del año 1907, que habla específicamente de la higiene y de las partes del cuerpo que son consideradas impúdicas.

Esta censura está a cargo de tres instituciones: "The Prosecutor's Office", "Police Force, Customs & Immigration" y la que se conoce como Eirin, siendo la última una identidad no gubernamental. Para poder escapar de la censura, en Japón se inventaron diferentes modos que terminaron derivando en algunas expresiones artísticas que se volvieron clásicas. El manga y anime que tienen temáticas sexuales se denominan Hentai, tiene múltiples subdivisiones que dependen del contenido. El hecho de que sea un arte que se dibuja le entrega una libertadque ni las películas, ni las series reales poseen, esto reafirma que las posibilidades de transgredir los límites sean mucho mayores.

Ver Hentai de dicho personaje o sentir una atracción física hacia él a diferencia del moe tiene otra connotación, la palabra Hentai cuya etimología se remite a la cultura japonesa y que en ese contexto se vincula a la perversión y al adjetivo de pervertido.

Ecchi: Se emplea para referirse al manga y anime de contenidos no tan explícitos y en los que se considera más importante la historia y el romance. Hay dos tipos de ecchi: 1) El ecchi que se desarrolla en situaciones donde se le agrega humor a un momento de índole sexual; 2) El ecchi donde se muestra sexo sin mostrar el coito, llamado también Súper Ecchi o soft Hentai.

Yaoi: Se refiere a las series cuyo contenido gira en torno de hombres teniendo sexo con hombres o en una relación romántica. De este se dice que es un género para mujeres.

Yuri: Esta palabra literalmente se traduce a lirio y se cree que el termino provino de su uso por una revista gay japonesa en la década de 1970 se ha convertido en una categoría en la que se incluyen todas las series que presentan a mujeres teniendo una relación sexual con mujeres o bien con una fuerte conexión emocional romántica o de deseo.

Loli-con: Esta categoría es en donde los personajes femeninos que participan en los actos sexuales parecen o son niñas; los actos sexuales pueden darse entre niñas o un adulto hombre / mujer con una niña.

Shota-con: Este es análogo al lolicon con la diferencia que se refiere al sexo con hombres menores de edad o niños. De esta categoría al igual que con el yaoi se presume que "es dirigido al público femenino e incluso es creado en su gran mayoría por mujeres.

Futanari: En esta categoría se encuentran las mujeres que tienen pene o una vagina que convierte su clítoris en falo; puede ser además que alguna otra parte de su cuerpo sea o se convierta en un pene, esto puede suceder de manera voluntaria o involuntaria. Hermafrodismo en general.

Straight shota: se refiere a la categoría en donde mujeres mayores aparecen teniendo relaciones sexuales con hombres jóvenes o menores de edad; esta categoría incluye el incesto.

Bondage: Sadomasoquismo, cuero, cuerdas, látigos y demás.

Tentacles o tentacle rape: En esta categoría se incluyen todas las series en las que aparecen monstruos, extraterrestres o demonios con más de un falo o tentáculos que le sirven análogamente.

Furry Y Bestiallity: Zoofilia ya sea de mujeres con animales de forma humanoide o entre estos seres humanoides o mujeres con animales reales.[70]

Debido a esta lógica, en el mercado se reproducen y crean mecanismos cada vez más sutiles y políticamente correctos para influir en los imaginarios que se construyen acerca de lo que deben hacer y ser las mujeres y sus cuerpos, conformando y reforzando una serie de normativas e idealizaciones restrictivas de vigilancia y control que la convierten en propiedad privada, cosifican y genitalizan su sexualidad, la empacan y la venden como un producto, cuyo único valor es el de intercambio; asegurando así por un lado sus ganancias y por otro la naturalización de sus postulados, estableciendo las reglas sexuales y de género del capitalismo, es decir que, históricamente y en especial a raíz del aparecimiento del capitalismo, se han ido constituyendo mecanismos de poder que "en un

[70] Pérez Sián María José. (2009). *Hentai más allá de la pantalla. Antropología de la imagen Y análisis del discurso*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Historia Área de Antropología.

momento dado, en una coyuntura precisa, y mediante un determinado número de transformaciones, han empezado a volverse económicamente ventajosos y políticamente útiles" [71]

Debemos mencionar que el shunga es un género de producción visual japonés que tiene como tema principal la representación del sexo. Está vinculado, principalmente, con la producción gráfica conocida como «estampas del mundo flotante», Las mujeres bellas que son retratadas, coinciden en varios aspectos: en la palidez de la piel que contrasta con la negrura y sedosidad del cabello, los rostros alargados y estilizados, con una nariz fina y una boca pequeña que suele estar siempre pintada de un color rojo intenso.

En el anime se crearon algunas definiciones en la personalidad de los personajes masculinos y femeninos que se volvieron un referente en lo diverso, inclusivo y de forma agradable y seductora que deja atrapado al espectador que se identifican en cada uno de los espectadores, las más importantes serían las siguientes:

Kuudere (ク ー デ レ) o Coodere. Es una especie que se refiere a los caracteres fríos, que no pueden mostrar sus emociones. Su cara es siempre intacta, incluso con el miedo, la ira o la felicidad. Por lo general son amables con todas las personas que ama. Incluso sin expresiones en su rostro, yo entiendo sus sentimientos. Esta palabra deriva Cool Junction (ク ー ル) es frío y Deredere (デ レ デ レ) que es ser amable.

Dandere (だ ん デ レ). Se refiere a un personaje que una gran parte del tiempo es tranquilo, siempre se ahoga en sus propios pensamientos, que ni siquiera pueden expresarlos. Su personalidad es debido a la timidez o simplemente porque son tranquilas, solo eso. Sin embargo, con la gente de su día a día tienden a estar más relajado, salen de su cáscara, mostrando su fuerte personalidad, inteligente y justa. Esta palabra es un derivado de Danmari (だ ん ま り) que es silencioso y Deredere (デ レ デ レ) que es ser amable.

Himedere (ひ め デ レ). Se refiere a un carácter y magnitud compleja centrada en sí misma. Personaje que quiere ser tratada como una princesa por todos. Por lo general, los personajes lo que tiene una "risa", con un aire de burla y grandeza. Además, en su mayor parte, tienen un pelo rizado, como una princesa de Inglaterra en los tiempos antiguos. Esta palabra es una fusión de Hime (ひ め) que es princesa y Derere (デ レ デ レ) que es amable.

Kamidere (か み デ レ). Referirse a un personaje con un complejo de Dios. Son muy arrogantes y orgulloso, no tienen miedo de decir lo que piensan y muestran a cada uno

[71] Jiménez, Rene. (2014). "*Influencia del manga en la ilustración gráfica contemporánea en el salvador y la búsqueda de una ilustración manga alternativa aplicada al campo laboral*,". El Salvador: Universidad de El Salvador. Facultad de Ciencias y Humanidades, Escuela de Arte.

lo que es correcto, incluso si no. Esta palabra es un cruce de Kami (か み) quién es Dios y Deredere (デ レ デ レ) que es ser amable.

Oujidere (お う じ デ レ). Se refiere a un carácter y magnitud compleja centrada en sí misma. A pesar la versión Himedere masculina, no tiene los estereotipos del pelo y risa. Su significado es muy simple, pero es igual de importante. Esta palabra es un acrónimo de Ouji (お う じ) que es príncipe y Deredere (デ レ デ レ) que es ser amable.

Undere (ウ ン デ レ). Se refiere a los caracteres que dicen sí a casi todo lo que un ser querido le proponga. Sus decisiones siempre tienen una historia de amor, pero también puede ser peligroso, ya que el ser querido puede ser una persona con malas intenciones. Su comportamiento se debe a que es loco de amor, que se sale de lo imposible para su amor. Esta palabra es un conjunto de (ウ ン), que es la forma corta de decir sí y Deredere (デ レ デ レ) que es ser amable.

Tsundere (ツ ン デ レ). Probablemente el más popular y utilizado en las historias japonesas como el anime y el manga. Se refiere a los personajes con mal genio, pero sólo aparentemente porque en su interior es bueno. Parece arrogante porque no saben expresar sus sentimientos, siempre cuando se les da vergüenza usan la agresión física, simplemente para ocultar sus emociones. En el curso de la historia, son inicialmente arrogante, pero llegan a ser amable y tienden a dejar de lado este mal carácter.

Mayadere (ま や デ レ). Se refiere a un carácter antagonista cambia de bando, y así convirtiéndose. Ciertas circunstancias hacen que este personaje llegué a tomar decisiones, por lo general por la admiración o amor. El carácter es mortal e imprevisible para el protagonista, como el mismo personaje era un villano. También suele hacer chistes que un día va a matar a la protagonista.

Yandere (ヤ ン デ レ). Sin duda, es uno de los más popular. Se refiere a los caracteres agradable, dulce y lindo, pero amando en circunstancias muestran un comportamiento hostil. Esto es debido a su pasión hacia otro personaje, siente celos de la nada y tiende a "proteger" a su ser querido. El comportamiento hace que termine por matar a todo y a todos los que se cruzan en su camino. Esta palabra es un acrónimo de Yanderu (や ん で る) que es emocionalmente enfermos y Deredere (デ レ デ レ) que es ser amable.

Variación tsundere: Tsunshun (ツ ン し ゅ ん). Este es el menos común de todos y en la actualidad sólo tiene un carácter con este comportamiento, que es Ririchiyo del anime Inu x Boku SS. Se refiere a los caracteres fríos, hostiles y solitarios, por lo tanto, altamente peligroso, pero cuando están solos tienden a ser vulnerables. Cuando se producen cambios en su vida, y conoce a gente nueva y vivir en un entorno más acogedor, se esfuerzan por dejar esta actitud fría, pero cuando están arrepentirse fría para él y para corregir tienden a

ser suave. Esta palabra es un cruce tsuntsun (ツ ン ツ ン) es apartar la mirada de una manera grosera y Shun (し ゅ ん ...) que se deriva de un efecto de sonido japonesa que representa una melancolía, abajo, triste, deprimido, etc.

Yandere Variación: Yangire (ヤ ン ギ レ). No necesariamente una variación, pero sólo es un detalle que los cambios. Se refiere a personajes agradables, dulces y lindos, pero que en determinadas circunstancias muestran un comportamiento hostil. No está conectado con el amor, en el caso de Yandere. Su cambio de comportamiento es debido al entorno en el que residió un ambiente de caos y el terror, lo cual demuestra ese lado, con el fin de proteger de forma natural o por qué son hostiles dentro. Esta palabra es un acrónimo de Yanderu (や ん で る) que es emocionalmente enfermo y Kire (き れ) que se corta los lazos emocionales.[72]

Hoy en día, con el crecimiento de la industria del anime, probablemente más tipos de Dere surgirán. Como se ha dicho, es un patrón muy recurrente de comportamiento en el anime, que podría tener un nombre para definirlo.

Los Otakus han generado una cultura de identidad que son altamente específicas, y que se genera principalmente estableciendo relaciones con un mundo ficticio y los seguidores de este. Además, vertiendo este mundo de ficción en espacios que han poco a poco ido adaptándose a ellos y a sus gustos. Significó una infancia en muchos casos solitaria, con la compañía de la tecnología y los medios de comunicación, influye directamente el tener un gran contingente de jóvenes que no están interesados en establecer relaciones reales con otros miembros de la sociedad.

El mercado de los bienes innecesarios ahora con el posicionamiento de los espacios urbanos se convierte en consumidores activos en el que sus intereses primordiales es el coleccionismo. La primera es que este no es producto de ninguna imposición, y la segunda es que el consumo empieza donde termina el mercado, lo que da por sentado que el consumo es algo privado, que no actúa bajo ningún tipo de coerción, la ritualidad de la compra del articulo deriva al consumo que tiene como función esencial dar un sentido. Genera significado aun cuando sea virtualizado, pero reafirma la pertenencia a la comunidad. El coleccionismo como un producto cultural será un referente del patrimonio individualizado y compartido con otras personas afines a gustos similares con una carga simbólica de los bienes de los productos comercializados.

[72] Angie. (2017). 10 tipos de Dere || Mucho más allá de Tsundere y Yandere. marzo 31, 2020, de Amino Sitio web: https://aminoapps.com/c/anime-es/page/blog/10-tipos-de-dere-mucho-mas-alla-de-tsundere-y-yandere/moKc_kuxEn5027dxd23GvmxPoBx0Zj7

Nietzsche postula que los orígenes del arte y toda creatividad humana se encuentran en la dualidad apolíneo-dionisiaca, que corresponde a los mundos de los sueños y la embriaguez, lo que descubre al estudiar los orígenes de la tragedia griega.

Para Kandinsky la obra de arte "hace vibrar" el alma humana y esta abstracción que se materializa y no la imitación nos permite alcanzar su objetivo. Cada época produce sus obras originales; Dewey: para que haya arte es indispensable, la emoción, deseos e impulsos e imágenes en los subconscientes fusionados por la inspiración.

La interpretación de los símbolos forman un sentimiento artístico se podría pensar que la estética está restringida al objeto de arte sin importar que sea reproducido en masa para el que tenga una colección individualizada será poseedora de la afectividad Kitsch pero obteniendo una experiencia con significados y códigos vivenciales y la creencia de pertenencia aunque Umberto Eco lo profundiza en la semiótica de la comunicación (teoría de la producción de los signos) y de la significación (teoría de los códigos) En el mensaje artístico se da la comunicación código y comunicación. El mensaje artístico es: ambigüedad, autorreflexión, anhelo a la originalidad y diversidad dentro del propio lenguaje escrito e iconicidad, entendido como el reconocimiento de códigos por medio de convenciones gráficas. Esto podría ser el streaming, las imágenes virtuales y obras de impresiones 3D ya sea en la red o físico tener el objeto como si fuera único.

Es interesante que en México se da la reproducción de la cultura otaku de manera distinta creando expresiones artísticas como es la difusión del Idol- japonés conocido como J-Pop jóvenes interpretan las coreografías de varios artistas en el escenario se conoce como Cover Idol, también realizar y crear coreografías adaptando a la versión original o dance cover que recrean la coreografía de un video musical original. El cosplay contracción de la palabra costume play (kosupure) interpretan a un personaje de anime, manga, videojuegos, cine, comics, libros con un enfoque cultural realista de un personaje propio o de ficción.

CAPITULO 4. LA INDUSTRIA CULTURAL EN LA ANIMACIÓN

La cultura y las creaciones artísticas cuyo contenido simbólico producen grandes cantidades de objetos de consumo a precio asequible que intensifica su reproducción a través de estrategias de publicidad y marketing; el capitalismo basado en el derecho a la libertad y su éxito depende del valor objetivo de su trabajo y de la racionalidad de los que reconocen ese valor.

4.1 La cultura de mercado

Los modelos culturales se han transformado en una cultura de mercado en el que varias teorías y diferentes autores le han apostado al libre mercado, dónde el eje actual es el Neoliberalismo, retomando al pensador inglés Adam Smith con la *Teoría de los sentimientos morales*, en el que se expone los principios que constituyen el problema a la hora de precisar la responsabilidad de nuestros juicios éticos, surgiendo complejas reflexiones del inicio de la economía liberal y la reflexión de lo justo y lo injusto.[73]

Para Adam Smith, el sentimiento moral guiará los principios sobre lo que Kant, posteriormente, denominará como razón práctica, el pensamiento del Contractualismo de clara inspiración hobbesiana[74], el hombre es egoísta y violenta una lucha de todos contra todos, esa función constituye en la práctica una frase del pensador, en la competencia, la ambición individual sirve al bien común, es entonces a partir de la Teoría de los sentimientos morales que el dilema aparece al conciliar el egoísmo con vida ética, estos son los fundamentos intelectuales del Liberalismo.

Adam Smith menciona que, por más egoísta, que quiera suponerse al hombre, evidentemente hay algunos elementos en su naturaleza que lo hacen interesarse en la suerte de los otros, de tal modo la felicidad de éstos le es necesaria, aunque de ello nada obtenga a no ser el placer de presenciarla. De esta naturaleza es la lastima o la compasión, emoción que experimentamos ante la miseria ajena, ya sea cuando la vemos o cuando se nos obliga a imaginarla a una forma vivida. El que a menudo el dolor ajeno no haga sufrir, es un hecho no demasiado obvio que no requiere comprobación, porque este sentimiento, al igual que todas las demás pasiones de la naturaleza humana, en modo alguno se limita a los hombres

[73] Muñoz Blanca. (2005). *El modelo cultural del neoliberalismo, IV la cultura como mercado*. En Modelos Culturales Teoría sociopolítica de la cultura, (Pág. 95) México: Anthropos, UAM.

[74] El Constructuralismo es una concepción teórica dentro del campo de la filosofía política que fundamenta el origen de la sociedad, la legitimidad del Estado moderno y la legitimidad del ejercicio político de los gobernantes dentro de su estructura. "Teoría del contrato Social" encabezado por J. Locke, T. Hobbes, J.J. Rosseau.

virtuosos y humanos, aunque posiblemente sean estos los que experimenten con la mayor exquisita sensibilidad. La teoría del egoísmo de Smith es de un cálculo de la utilidad de los otros en mis intereses, se podría decir que el sentimiento moral hacia los semejantes sería la razón instrumental en el que Max Horkheimer replantea de manera critica las implicaciones sociales y políticas, de este modo el sentimiento moral se medirá por el éxito o el fracaso de las acciones, la utilidad entre los valores éticos, estas acciones de conducta no son buenas o malas entre sí se deben establecer reglas generales de juicio moral.

Las reglas generales de la moralidad se forma a través de la experiencia permite extraer casos particulares y es como se debe actuar en la vida moral con la aprobación y desaprobación de nuestros juicios morales así se replantea como el principio moral, se obtiene por medio de la experiencia, una *convivencia social* como principio moral se da entender como un sistema positivo de leyes y es cuando *La teoría de los sentimientos morales* se encuentra la más extremada defensa de la legitimación del mercado y la propiedad privada a partir del relativismo moral que a su vez, asienta sobre la convención y la convivencia. El egoísmo se transforma en la norma para evaluar cualquier sentimiento moral, la empatía queda anulada y el ser humano quedará entonces reducido a ser propietario o asalariado. Smith pone ejemplos de ello, "no es la benevolencia del carnicero, el cervecero o el panadero es el cuidado que pone en su propio interés, no nos dirigimos a su humanidad sino a su egoísmo, y jamás les hablamos de nuestras necesidades sino de sus ventajas, solo un mendigo escoge depender básicamente de la benevolencia de sus conciudadanos. Y ni siquiera un mendigo depende ella por completo. Es verdad que la caridad de las personas de buena voluntad le suministra todo el fondo con el que subsiste. Pero, aunque este principio le provee en última instancia de todas sus necesidades aparecen. La mayor parte de sus necesidades ocasionales serán satisfechas del mismo modo que las demás personas, mediante trato, trueque o compra. La existencia como interés dará la personalidad del derecho a la propiedad privada, que cada persona tiene su trabajo es la base fundamental de todas las demás propiedades, los actos no tienen carácter ético o creativo sino carácter productivo o rentabilidad, el mundo queda así reducido a los deseos económicos. La creación estética, la base cultural de las emociones y relaciones humanas queda supeditada a las tendencias mercantiles.

Para comprender el modelo neoliberal Hayek representará a la economía como ética y una ciencia política en el cual privilegie la "libertad". *Un camino de servidumbre* en relación de Edmund Burke. La tradición, según Hayek, garantiza las creencias morales, sin tradición no es posible un orden respetuoso a la autoridad, la ley como salvaguarda de la tradición siendo el Derecho privado el que garantiza la libertad, una libertada social que reivindica la libertad política y un Derecho privado que posibilita la libertad, entendida como propiedad.

La falta de ahorro, tema central en la obra económica del pensador neoliberal, se convierte en un consumo permanente, un aspecto que finaliza demostrando la inconciencia

de los ciudadanos, que aspiran a seguridad social, educación e impuestos progresivos en aspiraciones socialistas. En capitalismo y libertad el concepto de eficacia es el motor de análisis incluido el referido a la cultura. Por eficiencia se entiende el interés y las acciones que redundan en la iniciativa privada, la cultura en este sentido abre una posibilidad de inversión sin precedentes por su amplio abanico de productos y de creación de necesidades, el mercado percibirá a la Cultura de Masas como un foco privilegiado de inversión en el neoliberalismo en mercancías dirigidas directamente a la conciencia de la población en consumidores dividida en la segmentación; la alta cultura (los productos de calidad cuyo precio es elevado), la cultura-media (los productos de la cultura de Masas estandarizadas) y la cultura brutal (productos de ínfima elaboración y reducido precio) no por sus propiedades, sino por sus gustos y acceso a bienes culturales, como lo diría Pierre Bordieu en *La distinción, Criterios y bases del gusto social*[75] se consagra la propiedad a través de los bienes culturales detentados como signos de estatus y privilegio social. Adorno y Marcuse en su estudio sobre industria cultural mencionan que los productos reflejan un esquematismo que se manifiesta en que al final, los productos mecánicamente diferenciados se revelen como iguales, mostrando que la unidad en que se mide el valor de los productos consiste en la inversión exhibida.[76]

Debemos seguir profundizando en la sociedad mediante una tradición de normas y hábitos heredados. La tradición se nutre de procesos cognitivos que organizan los órdenes espontáneos de las fuerzas colectivas, estos componentes según Hayek conforman una cultura, es decir la tradición no considerada como historia sino como costumbre. En este sentido los hábitos y las normas son prácticas en las que las creencias desconocen las rutinas en las que se ven envueltas. Lo inconsciente domina el orden social recibiendo una tradición normativa de la que son absolutamente ignorantes, en la que se caracteriza la conducta, en el pensamiento neoliberal prevalece el concepto de orden y a su vez, el principio de valores con un significado histórico de la construcción de la democracia, en que el orden es sinónimo de jerarquía. El interés busca lo que le conviene, un interés competitivo es el bien común y el interés cooperativo es el bien colectivo, por lo tanto, se vuelve una costumbre.

Resulta en este punto una paradoja del pensamiento neoliberal, por un lado, intenta homogenizar a la población bajo los principios del "mercado para todos", pero a la vez, tratada de establecer divisiones inalterables desde el punto de vista de la posesión, o no, de privilegios de clase y de grupo para que se mantenga el orden social es imprescindible una desigualdad absoluta en el orden cultural. El precio de sus productos culturales estará definido y organizado. En el mercado el precio de los productos culturales estará definido y

[75] Bordieu Pierre. (1988). *La distinción, criterios y bases de gusto social*. Madrid: Taurus.

[76] Muñoz Blanca. (2000). *Dialéctica del iluminismo*. En W. Adorno y M. Horkheimer Teoría crítica y cultura de masas (pp. 146-201.). Madrid: Fundamentos.

organizado mediante reglas y un sistema de hábitos que caracteriza una conducta como un comportamiento individual que depende del orden social. La industria de la cultura es la desigualdad simbólica entre las clases y grupos de población.[77]

Es menester tener desigualdad simbólica y tener la variación de precios de productos culturales para la circulación económica en el libre mercado de una tradición como creencia moral existente de libertad social, convirtiéndose en costumbre, en el que fuerzas colectivas se regularizan en normas y hábitos regulando la conducta del hombre económico, dominando por normas de acción para lograr la eficiencia (objetivos y propuestas) y la eficiencia (alcanzar los resultados planeados de la mejor manera) en el que la cultura es el resultado final en el proceso de producción, este orden espontáneo en el que los individuos se incorporan a la sociedad con un comportamiento establecido, es entonces que el hombre económico como meta de validación de estatus y diferencias culturales, consume productos de interés de orden social y cultural es la edificación de la estructura espontanea de la voluntad humana y la organización colectiva, en esta lógica es la construcción del neoliberalismo.

El norteamericano Robert Nozick, *Anarquia, Estado y Utopía* (1974), plantea la idea de Estado mínimo, sirve para fundamentar dos objetivos, refutar a Raawls, en el que planteaba el estado de bienestar para ser justicia social y equidad, con la utilización de la teoría económica de juegos, la segunda analizar la utopía, la racionalidad o la vida cotidiana, el extremo del liberalismo que es el anarcocapitalismo. El Estado pasa a ser el enemigo de la libre iniciativa por la protección del Estado, de imponer el interés privado sobre el bien común, aunque él menciona que debe tener un estado mínimo como el ejército, la policía que salvaguarden los intereses privados.

Debemos explicar que la Elección Racional y la Teoría de los Juegos y estrategias están apartando al público común de las cuestiones sobre cómo se produce la creencia y la toma de decisiones, la razón ha pasado a ser un asunto técnico, la creación cultural, en estas condiciones queda polarizada y sometida a los principios del libre mercado, para satisfacer las demandas del interés privado. El artista desplaza su creatividad hacia el funcionamiento mercantil. La especulación hace retroceder la obra de arte hacia unas restricciones convenidas por las leyes de oferta y demanda. En nombre de la libertad, el artista tendrá que integrarse en un Estado mínimo con un mercado máximo. La distribución de sus obras en sus circuitos artísticos podría decirse que la libertad económica de mercado limita la libertad creadora, entre el sujeto creador y el objeto creado de la iniciativa individual del intercambio mercantil, es una mera cuestión de las estrategias para incentivar las demandas de unos consumidores cuya libertad se regula en las decisiones de mercado, el triunfo de la libertad económica, la lógica cultural del capitalismo tardío. La Economía de Bienestar buscará describir y explicar la conducta social como conducta de los consumidores en el

[77] Muñoz Blanca. (2005). *El modelo cultural del neoliberalismo, IV la cultura como mercado*. En Modelos Culturales Teoría sociopolítica de la cultura, (pp. 106-107) México: Anthropos, UAM.

que la Teoría de los Juegos y Estrategias resolverán problemas entre conducta económica y conducta colectiva, como condiciones de análisis matemático del comportamiento del sujeto económico:

1) La posibilidad del participante de escoger entre diferentes estrategias posibles.
2) La capacidad de evaluar las actuaciones de los demás participantes en el <<juego>>.
3) La objetividad de una situación óptima a seguir, pero condicionada por la actuación de los demás <<jugadores>>.

Se refiere al sujeto económico como sujeto consumidor y sus <<juegos>> y <<estrategias>> se refieren a la función de utilidad y a su demanda de bienes en situaciones en las que la incertidumbre incide en el orden de preferencia. La economía neoliberal se usa al construir modelos simplificados a la realidad de cada jugador, con sus respectivas formas de conducta, ser asertivo en la toma de decisiones y obtener el mayor beneficio del otro, las estrategias del otro jugador, puede ser un individuo o una empresa, se determina estableciendo las situaciones de las acciones de la competencia y el equilibrio se da al tener la estrategia adecuada en el juego.

1) La consistencia en el orden de preferencias y sus resultados concretos de la acción posible.
2) La independencia entre el orden de preferencias y la posibilidad de acontecimientos futuros.
3) La relación entre preferencias y situaciones determinadas sean dependientes e independientes de las que tendrán en otras posibles situaciones.

La elección racional es la preferencia de ciertos productos o de inversión, un ejemplo: seria el corredor o el inversor en la Bolsa de Valores.

El modelo de Morgenstern y Von Neuamm definirá a la coalición como el acuerdo donde hay una actividad conjunta y en esta actividad se dispone en plena información y libertad, siendo la finalidad la mejora de las condiciones de los participantes. John Elster definirá al hombre sociologicus por el homo economicus, el actor social como actor económico perfecciona la teoría de elección racional.

El individuo en la economía se condiciona con el individualismo metodológico y pueden ser explicados en función de los individuos y su comportamiento, el sujeto emprende acciones en contra de sus intereses deberá emprender todo tipo de actuaciones en busca de su utilidad. La utilidad como racionalidad que se vuelve un sentido común en las acciones sociales cotidianas colectivas, en el que el sentido común se edifica como la "razón" y el sujeto pasivo sometido a los imperativos de lo "útil", probablemente en lo que Hobbes menciona como la lucha del hombre contra el hombre, parte de un "mayor bien" para la realización de un producto y servicio, maximizando la utilidad del valor de lo que

cada quien ofrece en la oferta y demanda, aparece una nueva teoría del comportamiento del consumidor.

La Teoría de la Elección racional recae sobre el consumidor, las responsabilidades de un tipo de la economía conducida por las corporaciones globalizadoras, el denominado consumidor-receptor tiene que hacerse cargo inconscientemente de las motivaciones impuestas que guían su conducta, en la suma de comportamientos individuales que buscan su máximo interés y aparece la acción colectiva de manera racionalizada, será optimizada en condiciones de existencia en que los consumidores dan ciertas preferencias a gustos privados, y a la vez compartidos en la sociedad, esto es muestra clara de que las reglas del juego se da en las utilidades de la competencia de los diferentes actores sociales.

La cultura como forma de preferencia social está relacionada directamente en el comportamiento del individuo y analizado por diferentes áreas de estudio y en estas condiciones se presenta como un bien de consumo. El consumidor-receptor de las sociedades de masas impone sus preferencias, según los individualistas metodológicos, sin tener ningún tipo de inducción o persuasión, en una concepción del beneficio y en caso de las preferencias culturales y normativas, todo ese planteamiento se llevará a un concepto de democracia y de conceso en que las decisiones de mercado no es controlado por los consumidores ni por los ciudadanos, es una teoría de Elección Racional considerada del aparato ideológico del modelo cultural del Neoliberalismo contemporáneo.

Debemos retomar la teoría del consumidor como decisión subjetiva, que no se mide en las sensaciones, sino en que la utilidad es la medida de satisfacción del consumo de bienes y servicios, el equilibrio se da en el consumidor y se puede definir en las siguientes características: dentición y diagnóstico del problema, establecimiento de metas, búsqueda de soluciones alternativas, comparación y evaluación solución alternativas, selección de soluciones alternativas, implementación de la solución seleccionada y por ultimo dar seguimiento y control. La teoría del interés busca lo que le conviene, en un interés competitivo, en el bien para sí mismo y el interés cooperativo, es el bien colectivo, por lo tanto, se vuelve una costumbre y se puede construir un modelo de conducta racionalizada que da valor a la escasez o valor masificado para crear estrategias de elección racional es decir comportamientos social y económico al reducir los costos y riesgos para poder darse el consumo.

La mercantilización de las obras de arte y productos culturales se han sofisticado en una extraña relación sujeto cultural y el objeto creado que sin duda la confrontación es el triunfo de la libertad económica, en el que se encontrará su movimiento cultural estético dando un equilibrio económico en el control de la comparación de objetos culturales, el intercambio de la competitividad entre los artistas llámese productos o servicios como su concepción de utilidad social, incluso la creación cultural está sometida a los principios del libre mercado generando la estética creadora que representa las tradiciones y costumbres que se impondrán a los bienes de consumo de masas

4.2 Las industrias culturales en México

Respecto a las industrias culturales en México, Ramón Zallo, define la industria cultural como un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares, industriales, productoras y distribuidoras de mercancía con contenidos simbólicos, este tipo de producciones son el resultado de un trabajo creativo, estar organizadas mediante un capital que se valoriza y su destino debe ser el consumo para cumplir con una función de reproducción ideológica y social. Él comenta que cada industria crea mecanismos para aumentar el consumo de sus productos, modificar los hábitos sociales, educar, informar, entretener y transformar a la sociedad en su conjunto. La digitalización permite que las empresas tradicionales comiencen a explorar nuevas ramas de negocio, vinculadas a las innovaciones tecnológicas. La mercantilización creciente de la cultura y su fusión con el entretenimiento, adaptando los principios de organización del trabajo a la producción cultural cada vez más dirigida hacia el consumo de masas, como lo expresa Manuel Castell (1999), es el mundo de los negocios, fortaleciendo la industria de los medios creando vínculos entre las esferas económicas, cultural y política, mientras que la digitalización tecnológica coincide con las políticas neoliberales orientado al sector privado.

¿Cuáles han sido las políticas públicas del gobierno mexicano respecto a las industrias culturales en los últimos lustros, específicamente desde que inicia el proceso de digitalización del sector, que ha llevado a consolidar la concentración de recursos comunicativos? La interrogante se puede resolver fácilmente, pero se debe analizar el contexto histórico de los orígenes con la premisa fundamental: las estrategias y políticas desplegadas en torno al sector de telecomunicaciones por el Estado mexicano en las últimas décadas, vinculadas al modelo político-económico neoliberal que surge en el país a inicios de los años ochenta.

La Conferencia General de la UNESCO, realizada en 1980, que fuera el escenario para la presentación del informe Macbride: “Un solo mundo, voces múltiples”, señala el advenimiento de un inusitado desarrollo tecnológico que cambiaría drásticamente las más diversas actividades sociales, estas actividades en búsqueda de un equilibrio se enfrenta con situaciones inconclusas, sus propuestas, la expansión de las políticas neoliberales en todo el mundo y el franco desarrollo tecnológico la definiría como sociedad de la información. Las políticas neoliberales requirieron de una preparación del terreno que se tornó en la flexibilización (de las condiciones laborales y las condiciones de negociación), desregulación (para permitir una reestructuración económica del sector), liberalización (privatización de los recursos estatales y reestructuración de los sistemas de propiedad), con esto la digitalización de la producción, distribución y consumo de mensajes mediáticos se sumaron a las reglas del juego de la cultura de negocios.

La privatización de la televisión y la telefonía como respuesta de las exigencias de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial,

dio lugar a la venta del sector público al privado, moldeando la concesión y el tratamiento discrecional a los nuevos dueños en el que muchos definieron el inicio de la privatización. El Grupo Carso con su director Carlos Slim Helú obtiene la telefonía (Telmex) como grupo dominante en el mercado y en la práctica se percibe a esta empresa como un monopolio, mientras la privatización de las comunicaciones mexicanas de los años noventa se pone en venta, como dos redes nacionales pertenecientes al Estado que sería el canal 7 y 13, hasta entonces operadas por el Instituto Mexicano de Televisión, Imevisión. Ambas pasaron a manos de una nueva empresa: Televisión Azteca de Salinas Pliego, y con Televisa realizan un duopolio en la información y entretenimiento.

El Tratado de Libre Comercio TLCAN o NAFTA no explica las normas para las actividades culturales y mediáticas, dejando la voluntad del gobierno mexicano para liberalizar el sector frente a sus socios comerciales. El modelo mixto del sector audiovisual se convierte en predominio del sector privado, donde en primera instancia los operadores dominantes no compiten con estaciones o servicios estadounidenses. Tanto Televisa como Telmex tuvieron la ventaja de actuar primero como monopolios. La televisora no tendrá que competir con canales norteamericanos abiertos y la legislación prohíbe la injerencia del capital extranjero en firmas nacionales con la meta de alcanzar una autentica flexibilización que facilitara el camino al libre mercado, la desregulación ha sido constante en las telecomunicaciones en México. El duopolio Televisa Azteca ha favorecido más a la primera la hegemonía de los sistemas abiertos, Televisa adquiere televisión por cable (Cablemás, Cablevisión y Megacable) y en Sky sistema de DTH. Uno de los decretos más controvertido es promulgado en 2006, conocido como “Ley Televisa”, debido a las condiciones favorables que establecía hacia esta empresa y la sociedad civil y sectores académicos, en forma de contestación se analizó que vulneraban el concepto de una televisión democrática al servicio público.

Vicente Fox Quesada (2000-2006) realiza una campaña política con el anuncio del programa e-México, cuyo objetivo fue acortar la brecha digital existente entre los mexicanos con diferentes oportunidades educativas, económicas, construyendo la sociedad de la información vinculados al desarrollo de la informática, a inversiones del sector privado nacional y, por supuesto, prometía que grandes grupos poblacionales incursionarían en la práctica cotidiana del acceso a redes. Los Centros de Capacitación Digital (CCD) fueron uno de los aciertos de e-México, los usuarios podían recibir adiestramiento y orientación alimentado la idea de una educación para toda la vida. No obstante, debido a la falta de habilidades de los encargados de esos Centros, sumado a que se instalaron en sitios de difícil acceso para la población (centros de la SCT con recepción satelital), se convirtieron en espacios de escasa actividad, alejados de la vida cotidiana de las comunidades. Debido a la poca claridad de metas se fueron perdiendo en el tiempo, las personas que tenían computadora se acercaban a las tecnologías de la información y el que no pudiera se quedaba relegado del conocimiento, pues en ese momento era alto los costos, de esta forma se abre la brecha social, ya que no es el mismo capital cultural ni habilidades

cognitivas, un ejemplo sería la proliferación de cibercafés o rentas de computadoras para realizar la tarea o el cumplimiento de un trabajo.

A partir de un convenio establecido con Microsoft y la Secretaria de Educación Pública, responsable del programa, retoma los contenidos de la Enciclopedia Encarta lo que le ha valido numerosas críticas por encasillar la información y el descuido pedagógico, decidieron instalar computadoras en las escuelas públicas y digitalizar los contenidos de los libros gratuitos e instalar pizarrones electrónicos para la comprensión de los conocimientos educativos, posteriormente, Enciclopedia fue clausurado oficialmente.

Felipe Calderón Hinojosa (2006-20012) resta importancia al desarrollo de nuevos programas o el fortalecimiento de los existentes; en cambio, argumenta que para hacer más competitivo al país se enfocara en garantizar lo que denomina las "tres" C: cobertura, convergencia y competencia). La primera C significa insistir en el acceso universal,[78] ofreciendo a los ciudadanos de todo el país el acceso a servicios de telefonía y televisión abierta restringida. La segunda, convergencia, implica que el país aproveche el salto tecnológico otorgando a los usuarios la posibilidad de contar con servicios de triple play. La tercera de competencia entre los proveedores, en un proceso que permitiría mejor calidad y el precio de los servicios de telecomunicaciones. Al presentar la iniciativa, el presidente Calderón reconoce que ya no se trata de barreras tecnológicas, sino económicas y regulatorias.

Enrique Peña Nieto (2012-2018), como sus antecesores decreta la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, radiodifusión y competencia económica, son las decisiones tomadas de los grupos dominantes en una agenda digital nacional e internacional, se creó una nueva cadena de televisión, Imagen Televisión, como un supuesto contrapeso de Tv Azteca y televisa, se abre el campo a más canales de televisión y radiodifusoras para competir en el mercado que genera una mayor competencia en favor de la audiencia y la compañía estadounidense AT&T invierte en el mercado mexicano ahora la competencia es globalizada y se consolida la venta de smartphones para estar en contacto en redes sociales aumentando la audiencia en internet.

La evolución de la industrialización de la cultura ha sufrido cambios importantes en la manera de producir, distribuir y generar consumo a partir de los años noventa, aparecieron la tecnología digital y sus capacidades para abaratar los costos marcan el proceso de avance de la industrialización de los bienes simbólicos.

[78] Cuando se comenzaron a diseñar estrategias para acortar la brecha digital entre países pobres y ricos, surgieron dos puntos de vista para solucionar este problema: aumentar la conectividad o atender la demanda. La mayoría de los países menos desarrollados optó sólo por la primera opción. México no fue la excepción y se propuso como meta lograr el acceso universal por la vía de la privatización de los servicios, dejando en un plano muy secundario la brecha cognitiva y la necesidad de los usuarios.

La tendencia general de la manufactura capitalista es ir abarcando mayores mercados pasando por sobre las fronteras nacionales, según Abélés (2010), constituye un régimen de acumulación flexible en la producción, en el trabajo, en los frutos y en las formas de consumir. La industria de la cultura constituye parte de esta tendencia general. Los grandes conglomerados operan en el sector audiovisual, las telecomunicaciones y la informática unieron contenido y continente, instrumentos y programas. Para explicar la estructura de los actores adquirió dos formas, la vertical y la horizontal para concentrar en una sola firma distintas ramas e hileras de producción. La etapa de los conglomerados ocurre al fusionarse dos o más empresas de tamaño equivalente o un gigante absorbe a uno de menor talla y en dificultades económicas.

Los gobiernos impulsan cambios políticos específicos, la de privatizar los activos públicos, establecer acuerdos de apertura de frontera al capital foráneo y mantener la obra con bajos salarios. En cuanto a las leyes, separa las barreras que protegían a la industria nacional y que prohibían los monopolios eliminando de un golpe el servicio público para dejarlo en "interés público", en lo económico, apresura el incremento de capital concentrándolo y es en este proceso de desigualdades y empobrecimientos entre países y personas.

De acuerdo con Garnham (1994), los dos mayores obstáculos a la valorización del capital en los medios audiovisuales son el tiempo y el precio. A partir de un consumo cada vez más acelerado de los productos que requieren tiempo de vida para ser apurados. El precio, en cambio, puede aumentar o descender de acuerdo con las facilidades para producir más y en menor lapso. En esta lógica, los productos culturales son cada vez más simples, de uso fácil, desechables. Y se busca disminuir el precio mediante una baja inversión que se traduce en menor calidad, deslizando parte de los costos a los usuarios que en la etapa del Internet constituyen productores sin salario o remuneración por derechos de autor.

En las sociedades anónimas se concentran en un solo consorcio indican la agrupación de los capitales y de las pocas corporaciones de la industria de la cultura se reparten el 80 y 90 por ciento del mercado. Las formas de apropiación se manifiestan en la producción, en la distribución, en el desarrollo tecnológico de la infraestructura, el consumo y en los contenidos.

Los modos de producción de bienes culturales pasan a manos de empresas que dominan el mercado y las formas de apropiación es el desarrollo de la tecnología y en los contenidos, permite que un producto audiovisual sea difundido por múltiples medios alcanzando distintas zonas geográficas.

El impacto económico de los medios y sus productos se insertan en el mundo globalizado para insistir que la cultura genera riqueza y tiene un costo, desde 1990 la industria del entretenimiento es la segunda de exportaciones, provocando la reproducción

casi inmediata, esto implicó digitalizar todo material simbólico, su posterior materialización en un soporte y el poder distribuirlo de forma casi instantánea a cualquier región del planeta, es decir, la audiencia se potenció hasta volverse mundial.

Las industrias se diferenciaron según las manufacturas creadas, ahora un solo consorcio abarca tantas ramas como puede manejar, se agregan estrategias de comercialización que sobrepasan el marketing; por ejemplo, las de marca de prestigio, apoyadas en el diseño, la liga con el territorio, la denominación de origen, el uso del patrimonio arquitectónico de los monumentos históricos y de la gastronomía, en el caso del turismo. Mientras tanto los nuevos fenómenos surgidos a raíz del sistema que permite digitalizar toda expresión cultural simbólica, aparece otra industrialización de la cultura, llamada "industrias creativas", que tiende a confundir las nuevas formas de explotación de la cultura con las antiguas desprendidas de la industrialización y el uso de las tecnologías para reproducir y extender el consumo a la mayor cantidad de gente posible y ser usados como un comodín ideológico para diseñar políticas que beneficien el aumento de las ganancias.

Walter Benjamín lo señala de manera oportuna, si un producto no puede ser reproducido, o pierde al hacerlo alguna de sus cualidades, no es un bien cultural industrializado. La lógica de la difusión múltiple que caracteriza a este tipo de industrias consiste en que entre mayor sea el número de copias distribuidas, aumenta la rentabilidad de un producto. En el caso de la televisión, lo que se vende a los anunciantes es la cantidad de personas que sintonizan un programa, el salto tecnológico es a través de las redes sociales con un sinfín de publicidad de elementos simbólicos y sus formas de distribución que ponen a la venta de productos culturales a través de crear un modelo distinto que se caracteriza que entre mayor sea el número de reproducciones o también compartir las imágenes y videos aumenta la rentabilidad de un producto o servicio.

La producción en la industria de la cultura entre 1980-1990, el artista del bien simbólico es autónomo en el periodo durante el cual concibe la obra que después será reproducida, su esparcimiento se produce a partir del derecho de autor, los derechos de autor pertenecen al artista, quien recibe un porcentaje de las ventas sin perder la propiedad de la obra. Cuando se pasa de un soporte a otro se vuelven a generar regalías que deben solventarse. Por tanto, existe una estricta separación entre lo que corresponde al autor y lo que toca al industrial que reproduce el original. Éste solamente puede vender un número específico de copias, o bien de exhibiciones, en un tiempo determinado. Cada producto que sale al mercado compite con el anterior y con los demás que rivalizan por el interés del consumidor, así es como se crea un lenguaje para cada medio, y es como cada consumidor puede acceder a múltiples bienes o al mismo en diferentes presentaciones, puesto que existen consorcios de productoras que ofrecen las mismas historias con distintos envoltorios. Los llamados trust, cada hilera tiene una forma particular de producir y de organizarse, aunque a partir de los años ochenta se comenzó a generar lo que se ha llamado

sinergia, es decir, se busca una hilera o un bien, que impulse la venta de otros bienes producidos en otra hilera; por ejemplo, una película se convierte en video, un programa televisivo y su música se desdobla en un disco y en una forma complementaria, los personajes aparecen en camisetas, vasos, tazas, poster, lápices y otra cantidad de objetos.

La empresa Disney lleva a cabo las sinergias de varios objetos con el logotipo y los personajes en un sinfín de productos y las compañías alimentan los parques de diversiones creados por la industria original. Una industria cultural se origina a partir de un oficio base y luego se integra horizontalmente cuando incursiona en oficios paralelos o similares, creando así un grupo formado en varias hileras. A dicho proceso se le denomina economía de escala. Una empresa busca producir grandes cantidades de productos de bienes simbólicos de alto consumo, acapara todo el proceso desde la idea hasta la distribución, pasa a monopolizar el mercado interno y cuando lo logra, va en busca del internacional; entonces se dice que su integración es horizontal a la vez que vertical. A dicho proceso se le denomina economía de escala.[79]

Estas son las características del consumo entre 1980 y 1990. El público tiene gustos cambiantes que varían con diversos factores y vuelven imprevisible la selección de los productos intangibles o culturales según Miege señala que la naturaleza de los productos mediáticos está en la incertidumbre, unida a la reproducción técnica. Este tipo de productos, puesto que no se deterioran con el uso, no pierden propiedades ni calidad al incrementar el número de copias, con las innovaciones el interés público puede mantenerse, se requiere de perspicacia de los productores para elegir bien los contenidos y no defraudar a los posibles adquirientes del bien.

Está pensando para ser recibido de la forma colectiva y derivar de usos tanto sociales como individuales, una vez que el consumidor se apropia de la obra y la transforma de acuerdo con sus parámetros culturales. Lo difícil es conocer los gustos de la audiencia lo que lleva a elaborar estrategias para reducir la incertidumbre y asegurar la ganancia; una de ellas es operar a través de la venta de paquetes o bien, ofreciendo un catálogo amplio. La expresión de Martel explica que entre más impactos logre un producto o se vendan más copias de este, se tengan más suscriptores o una audiencia medida por un rating, la rentabilidad será mayor. A su vez, se diseñan fórmulas que puedan interesar a toda la gente sin distinciones de país, género, clase social. “una cultura que guste a todo el mundo”.

La inversión se dirige hacia el estudio de mercado y la promoción del producto. Dicho marketing es indispensable para asegurar la venta del producto. Estas técnicas de mercadeo están asociadas a la distribución. Debido a las características del consumo de bienes simbólicos, las industrias que lo producen confrontan altos riesgos en la inversión.

[79] Crovi Druetta Delia. (2013*). Industrias culturales en México. Estrategias y políticas gubernamentales*. En Industrias culturales en México: Reflexiones para actualizar el debate (Pp. 48-49). México, D.F.: Colección Tendencias.

La industria de la cultura se vio envuelta en globalizar la elaboración, hacer dinámica la técnica para generar más productos y propiciar una circulación rápida con el fin de obtener una tasa de ganancia superior. La estrategia más importante fue utilizar lo digital para lograr el proceso de convergencia en dos frentes, el técnico y el de contenido.

Las industrias culturales contemporáneas 1990-2010, modificaron su estructura en su forma de crear valor y consumo que la audiencia hace de los bienes simbólicos. La globalización encontró en las políticas privatizadoras del neoliberalismo un estímulo hacia la unidad de los mercados y la búsqueda de matrices productivas; de producir, de organizarse, de valorizar y de vender los bienes simbólicos mediante el sistema digital, cualquier producto permite situarlo en un soporte tangible e intangible y luego reproducirlo. El uso del Internet hace necesario disminuir paulatinamente los costos de producción de la primera copia. La inversión para elaborar un bien cultural es muy baja, pues se hace sobre pedido, los materiales utilizados no se adquiere en grandes volúmenes, su precio es fijo y no hay enormes stocks de productos que deban ser almacenados, se incita a los consumidores a convertirse en productores, con lo cual no hay derrama económica para pagar a los autores o bien, se reduce a un mínimo indispensable reservado especialmente para la creación de bienes simbólicos de alta calidad, profesionalmente elaborados en el marco de las tradicionales empresas de la cultura. La audiencia es caracterizada como el usuario de los servicios, se genera audiencias especializadas, ya no se busca la masa unificada, sino a nichos específicos, se les ofrece productos diferenciados de acuerdo con sus gustos y consumos.

Debemos resaltar la rentabilidad de la cultura como la técnica para generar productos y propiciar una circulación rápida con el fin de obtener una tasa de ganancia superior. La estrategia fue utilizar lo digital se incita a los consumidores a convertirse en productores en el cual se reduce costos de operación y producción generando la creación de bienes simbólicos de alta calidad con la contribución de los internautas navegando en los distintos espacios y formatos en línea llevando la producción el mayor número de horas en el Internet. YouTube su éxito es realizar bienes producidos dirigidas a audiencias diferenciadas. El costo se sostiene a través de la publicidad, valorizan el producto sin relación con sus cualidades o valores de uso, una de ella es la marca. La valorización se produce por el reconocimiento al diseño y el prestigio que añade al valor de lo consumido. La compañía Google obtiene ganancias al crear una plataforma a través de la cual se pone en relación con el que pide y al que ofrece la información. Lo que valoriza es el tránsito del usuario en esa plataforma a la que añade publicidad y también cobra a quien ofrece el dato o servicio.

El éxito de la redes sociales Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Whats App se debe a que el individuo personalizado debe matar el tiempo y huir del tedio generado por la desesperación del vacío existencial propio, dejar de lado la rutina del trabajo y la escuela, ocupando los grandes lapsos que se pierden en el transporte público de las grandes ciudades

muchas personas alienadas buscan el placer morboso de observar las vidas de otras para olvidarse de la propia, se distrae en videos e imágenes generando emociones necesitando expresiones audiovisuales y en esa dinámica se convierte en parte del juego de las redes sociales; como en todo existe sus ventajas y desventajas, uno decide que buscar y que es lo que uno desea encontrar o en este caso entretener, sin embargo, las industrias comercializan las suscripciones y los gustos personalizados facilitando en donde se paga por el tiempo de uso en el cual se distribuye en unas ocasiones gratuitas y en otras la exhibición está disponible al consumidor que realice la compra, las dos formas son generadas por la publicidad.

En la actualidad, la industria orienta el consumo de bienes intangibles, persuade a los usuarios de permanecer a una empresa, marca, contenido, ofreciendo a los usuarios una identidad con valor e ideas en las redes intercambian los servicios y contenidos necesarios a través de la tecnología, esta distribución permite rastrear las preferencias del consumidor. El circuito de valor se da en el seguimiento en su navegación en tiempos y gustos, de esta manera se conoce a la audiencia como el usuario de servicios especializados, se les ofrece productos diferenciados con sus gustos y consumos particulares e individualizados.

Las industrias creativas a partir del consumo y de elementos antes ausentes de este tipo de industrialización, se genera un valor a la comunicación y cultura comercializando las actividades y servicios, como es el incremento del turismo cultural y los diferentes patrimonios culturales que existen alrededor del mundo: fiestas populares, riqueza natural, monumental, subacuático, la gastronomía, histórico, artístico, forman parte de circuitos en los cuales lo esencial es la venta de experiencias y emociones.

Los emprendimientos culturales es el resultado del capitalismo estético, se da en la profesionalización artística, en la responsabilidad social, en el carácter de los productos o servicios en la economía social, en la imagen del objeto y el costo del beneficio al adquirir la creación cultural reproduciendo interacciones simbólicas y consolidarse en ferias, bazares, corredores, eventos, festivales sin duda es la movilidad de promover el consumo cultural local.

“Las industrias creativas” se basan en la relación entre los artistas, y el medio que encuentran para difundir sus obras se ubica en el centro, este arte necesita de dicha industria para seguir existiendo, Caves menciona que ligar el territorio (las ciudades y regiones) a la creatividad y asegura que está se concentra en ciertos lugares, se presentan con mayor población, con alto nivel de estudios, con talento y tolerancia. Se crean así “las clases creativas” que engloban a gran cantidad de profesiones y actividades.

Con el avance tecnológico y la globalización se desarrolla la lucha de mercados por los recursos inmediatos y el acercamiento de productos, aunque estén del otro lado del hemisferio, la cadena de valor económicos de las industrias creativas es dar a conocer ya no dentro de tu país, sino en el mundo global, el riesgo de lo viral, de las reproducciones, “los

me gusta" de lo que me agrada, éstos son los videos y fotografías de un segundo que irá despertando el interés de quién eres y qué estás haciendo, en la batalla del amarillismo superfluo de la banalización de las redes sociales y la fácil trasgresión de los derechos de autor es acercar y valorizar quién merece el nuevo valor artístico, lo recibe y percibe según sus intereses en los usuarios-consumidores de su propia carga cultural, analizando la variedad de objetos intangibles que tendrá la última decisión del consumo, mientras tanto la aceptación de las redes sociales, los seguidores en las distintas plataformas o las reproducciones que tenga un video y ahora el exceso será un análisis profundo, la regulación son actos de poder en la cultura mediática en el que existe también, las posiciones ideológicas.

4.3 Gilles Lipovetsky y Jean Serroy: La estetización del mundo

La fase II del capitalismo artístico concluye en los años setenta, propone la tercera fase en los años ochenta por la confluencia de fenómenos tecnológicos, económicos y políticos.

Durante los años 1980-1990 comienzan a difundirse los microprocesadores que permite traducir la idea de un objeto en modelo virtual, por medio de una pantalla que llega acompañada de una automatización flexible, la entrada de la simulación virtual. En este sentido señala la aparición de un capitalismo hipercomercial, globalizado por primera vez, en el que el trabajo de estilización de la economía no está monopolizado por Occidente. Los nuevos países de la economía mundial se integran en las industrias del consumo y del entretenimiento. Diseño, lujo, moda, arte, cine, teleseries, música pop, videojuegos, espectáculos deportivos: producciones que buscan de manera creciente un mercado global.

Estados unidos domina los mercados de entretenimiento mediático este país realiza solo el 50% de las exportaciones mundiales en la época del capitalismo hipermoderno se afirma a una geopolítica del arte comercial de masas, el capitalismo artístico y aspiran a construir marcas mundiales e industrias creativas de talla internacional, la batalla mundial por la cultura de masas globalizadas se da con los productos materiales de entretenimiento. (la marca, la mercadotecnia, la comunicación, la moda, la renovación de productos) que adquieren nuevos significados orientados hacia el consumo.[80]

En la década de los ochenta tuvieron varios artista: lo decorativo, la arquitectura, el diseño, la moda, el arte, el cine, la gastronomía empezaron a reutilizar códigos del pasado y la mezcla de géneros tuvieron que convivir con lo kitsch y alta tecnología, lo retro y las líneas futuristas, lo irónico y lo plano, las formas emocionales y el anonimato funcional, el

[80] Lipovetsky Gilles y Serroy Jean (2015) Mundo Diseño. En *La estetización del Mundo, vivir en la época del capitalismo artístico* Editorial Anagramas, Barcelona, Pp. 188-190

ascenso de una cultura de hibridación que combina territorios y estéticas que se contraponen, el capitalismo artístico se anuncia bajo el signo del pluralismo tranestético y la desregulación generalizada, como lo muestra la evolución del diseño será el nuevo rostro del capitalismo creativo.

La fase II se construyó a partir de las lógicas contrarias del fordismo técnico y el sistema de moda muestra que la producción de series repetitivas dominaba las políticas de diversificación y diferenciación de las gamas de productos. El fordismo había ganado la primera batalla, pero la masificación homogénea lo condujo a la variedad y la innovación, es decir, la producción fordiana en masas no responde a las exigencias de los consumidores diferentes, pues se genera la segmentación de mercados (clientes y productos) en que se constituye "la economía de variedad, la personalización de los productos de series cortas, de creación y renovación hiperacelarada y la fabricación asistidas por ordenador se desarrolla una dinámica de individuación de los productos a partir de módulos estándar prefabricados" esta diversificación ha ganado por la mano a la repetición, la innovación a la producción, lo inmaterial a lo material. La hipersegmentación de los mercados y necesidades crecientes ha supermultiplicado el marketing y da paso al hiperconsumo de la renovación perpetua de la oferta, la proliferación de la variedad.[81]

En el capitalismo estético triunfa un mercado de demanda movido por el cliente, en lugar del mercado de oferta que dominaba anteriormente, y en el que los fabricantes propondrían productos a los consumidores con poco margen de elección. Pueden elegir libremente el producto refleja el diseño influido en el mercado, el cliente lo que pida en correlación al gusto, personalización en la masa de la estética, los gustos personales del consumidor.

No hay un solo objeto, un solo accesorio que no se piense, conciba e imagine de acuerdo con las leyes de la "creación estilística" y de la moda (duración, decoración, diseño, colores, tamaños, forma, textura, a medida), la época del hiperconsumo impone a cada uno de los mercados hipersegmentados como instrumento mercadotécnico, vehículo de imagen, herramienta estratégica para dar valor a la marca. La originalidad, la fantasía, el placer de las formas y los colores intensificando el seducir al consumidor, creando identidades de marca y estimulando las ventas en el look y novedad de los objetos. El diseño hipermoderno se despliega en una perspectiva de consumo hipertrofiado. Las marcas lo han comprendido perfectamente, ya que unen su nombre, su logotipo de diseño aquella que se identifica y se diferencia con sus rivales, "no hay marca sin diseño creativo", este diseño se ha convertido en requisito previo de la eficacia comercial de todo nuevo lanzamiento, define un estilo de vida e induce a pertenecer a un grupo que comparte sus valores, hablamos de la distinción de la marca sobre el producto en sí mismo.

[81] Lipovetsky, G & Serroy J. (2015). Mundo Diseño. En *La estetización del mundo, vivir en la época del capitalismo artístico* (pp. 190-191). Barcelona: Anagrama.

La fase III coincide con el fin de la hegemonía occidental en los siguientes aspectos: con la reafirmación de los orígenes culturales más diversos, con el desarrollo de estilos nacionales y étnicos cruzados con las líneas del diseño de mercado, es decir, "las grandes marcas que difunden un diseño internacional aligerado de rasgos particularistas, en la segunda se multiplica un diseño basado en la interacción de lo global y lo local, lo moderno y lo étnico, lo vanguardista occidental y las culturas del mundo". [82]

La distinción de la marca define un estilo de vida e induce a pertenecer a un grupo que comparte valores, encontrar la forma de salir del montón, ser diferenciados e identificados. No hay marca sin diseño creativo.

Gilles Lipovetsky define el star system al encuentro del servicio de la imagen de los diseñadores, pero también de la imagen de las firmas, de su celebridad, de su explotación comercial, lo que se refiere a la imagen artística y de la moda, lo que vende hoy es el diseño industrial de masas o de lujo, en un mercado de productos baratos y un mercado claramente más selectivo. Desde los años ochenta han venido apareciendo las piezas únicas, las ediciones limitadas, firmadas y numeradas que, explotando su rareza, sitúan al diseño en el mismo terreno que el arte y el lujo, ha subida meteórica de los costes y la explosión de los precios que son la característica del arte contemporáneo. El diseño ha incorporado las características de la obra de arte (rareza, distribución en galerías, trabajo sistemático de comunicación-promoción).

La tendencia es un fenómeno de moda, pero también un objeto de colección a la misma altura de que la pintura y la escultura, categorías que combina diseño y arte, como también es la celebración artística de la moda, la promoción artística de la fotografía y la publicidad menciona que se ha entrado en la era de la desregulación generalizada de las referencias culturales.

Tocqueville llama "igualdad imaginaria", que tiende a disolver todas las formas de desemejanza social, todas las diferencias de esencia o de sustancia. Con el imaginario de la igualdad democrática toda alteridad social se tacha de ilegitima, las figuras sociales que se basan en la heterogeneidad y en una jerarquía "natural" pierde su legitimidad.

Menciona que el imaginario de la igualdad ha destradicionalizado las posiciones de jerarquía, la era democrática no reconoce más que la igualdad y el principio meritocrático, de cierto modo ocurre en las obras culturales que se basan en clasificaciones en argumentos de razón, las oposiciones entre lo elevado y lo popular, las artes mayores y las artes menores, el gran arte y las artes decorativas. Existe una jerarquización con el arte con base a la reputación, lugares de exposición, del éxito o precio, por esta razón la jerarquización deberá "demostrarse" que las clasificaciones no se refieran a la esencia de los géneros, sino a los casos concretos, las obras concretas y a sus méritos "específicos". El orden económico

[82] Lipovetsky, G & Serroy J. (2015). Mundo Diseño. En *La estetización del mundo, vivir en la época del capitalismo artístico* (pp. 191-194). Barcelona: Anagrama.

moderno, en efecto, no conoce más que el cálculo de los intereses, es la lógica de las inversiones económicas, el coste de los beneficios, los objetivos de rentabilidad.

Que importa las jerarquías de lo alto y bajo, alta cultura o cultura popular, sino de la relación de la eficacia. Una cultura igualitaria democrática da un resultado de una lógica comercial del capitalismo. El diseño no tiene ya una categoría claramente diferenciada, un objeto es utilitario, decorativo, moda, arte, incluso pieza de lujo, es el estadio hibrido, tranestético, moldeado el diseño de la eficacia con la funcionalidad, la tendencia, confort y entretenimiento, presente y pasado, tecnología y poesía, una difícil mezcla de los estilos de lo útil y lo simbólico, si analizáramos los productos en que el mercado idolatra o lo minoriza, el individuo adquiere un valor emocional en la hipermodernidad, le podríamos decir que es la hibridación artística de consumo cultural.

El vintage, el recuerdo del pasado. Desde los años ochenta ciertos diseñadores y arquitectos cuestionan este lenguaje del objeto puro, al que consideran molesto y agonizante, rehabilitando el decorativismo y el eclecticismo y se dispara lo que se dio en llamar estética posmoderna. Es hora de que el pasado se valore, reciclando arquitecturas que integran estilos históricos, en líneas de objetos, prendas de vestir, accesorios, muebles, juegan con productos y creaciones de una historia ya contada del pasado, suscitando emociones y revive el paisaje de la memoria, convirtiéndose en objeto de entusiasmo y de moda.

El nuevo retro del reciclaje de modelos antiguos y las numerosas reediciones de objetos de culto, es un retorno de lo antiguo de la moda vintage. El regreso del pasado puede ser definido en la percepción de un futuro separado de grandes sueños que ha abierto al camino al recuerdo, la nostalgia del pasado, a una cultura necesitada de puntos de referencia, de raíces y de seguridad. El agotamiento de las vanguardias y el desarrollo de nuevas formas de consumir la moda y la cultura. El culto vintage es uno de los reflejos de la autonomía y de la presencia de un neoconsumidor que quiere comprar donde le antoje, que mezcla los estilos y las compras, que quiere elegir lo que le convenga, lo que le guste, donde quiera y en el momento que quiera, lo mismo del presente que del pasado.

Los objetos cargados de memoria tienen dos momentos por un lado es “posmoderno”, porque se basa en una nueva evaluación del pasado, por el otro, es “hiper”, porque intensifica el funcionamiento de la economía de la variedad y de la elección. Se puede elegir la variedad y la elección, lo actual o lo del pasado, es un hiperconsumidor del pasado, del diseño que es una estrategia del presente.

El vintage es sentir la emoción del recuerdo reviviendo momentos, a este consumo de nostalgia como una figura de consumo emocional, con un diseño de productos del recuerdo, de entonces genera el marketing de la memoria de un gran placer que reside en el consumidor, en lo simbólico de que lo de antes era mejor se comparte con colectividades.

Los objetos creados pueden estar inspirados en distintas temáticas: la vegetación, los cuentos de hadas, la muerte, los relatos míticos, incluso en un contexto histórico el medieval, los piratas, revivir los años treinta o cincuentas de los Estados Unidos, no importando estilo o lugar geográfico. Es el diseño que juega con los estilos y las épocas garantiza al consumidor que el objeto le aporta ante todo emociones y placer.

En lo histórico, artístico, se propaga un diseño emocional y consumista que se abre a la diversidad de las estéticas y lo produce en el imaginario del diseñador-inventor, produce el consumo del objeto emocional por medio del placer sensorial, una necesidad de mayor bienestar personal cautivando la estimulación de los imaginarios por medio de instrumentos de seducción, como es el crecimiento del marketing y de la comunicación audiovisual, así es cómo funciona el diseño de comunicar y de la publicidad, contando una historia para seducir, hacer soñar y dar placer al consumidor emocional.

El diseño debe construir un mundo mejor, de conciliar el artista y el artesano, el arte y la industria, el arte y la vida, la capacidad de los objetos de mejorar el mundo y las condiciones de vida, aparece toda una serie de objetos de comunicación (móviles, smartphones, tabletas) que han hecho posibles nuevos empleos del tiempo libre y una transformación de las cosas, costumbres, estatización de las practicas.

El diseño de la Fase III no solo es congruente con la cultura hedonista y emocional del hiperconsumo, sino que también lo es con el auge de los valores individualistas, este funcionalismo más refinado puede rozar lo barroco y lo kitsch, el consumidor evoluciona en el mundo de las tendencias, por el exceso de la variedad, en la era hipermoderna del diseño, que se característica por la explosión y coexistencia de todos los estilos. Ya no hay escuela dominante: es la época de la proliferación, de la desregulación, del mestizaje de estilos y gustos. El estilo de hoy ya no es tanto el de una época, que abrazaría todos los estilos, como el de propios de los diseñadores.

El imperativo ecológico del capitalismo artístico se ha transformado en el mundo, toma conciencia del agotamiento de los recursos naturales y de los grandes peligros que comporta la contaminación industrial, choca frontalmente con la lógica artística del capitalismo, industria y ecología, ahora es la economía de mercado y desarrollo duradero de crear un mundo industrial nuevo, los llamado productos duraderos y reciclables en el diseño sostenible, portadores de valores respetando la biosfera.

Está en marcha una nueva era del capitalismo artístico, la acentuación del carácter efímero de los productos, de la economía de corto plazo, el capitalismo estético se adentra con la preocupación ética por el futuro, la protección de la naturaleza y con la lucha contra los peligros que pesan sobre el medio ambiente.

Debemos entender que el capitalismo artístico, es el capitalismo de consumo con valores artísticos y estéticos, la dimensión estética es el ideal y la realidad práctica al goce del presente y la confrontación de normas prohibitivas, por esta razón el entretenimiento y

la cultura van juntas, el ser humano convive con las dos, apropiación y sincretismo globalizado, algunos piensan que puede ser una banalización de la cultura aquella que promueve el morbo, los escándalos, el entretenimiento familiar donde la juventud crezca con una mentalidad totalmente distorsionada y la otra es la estética de promover el consumo cultural por medio de la belleza del objeto acercándose a la exploración de los placeres de las emociones, la diversificación del estilo, la publicidad, el marketing y el de contarnos historias como diseño sensible del consumidor emocional, da como resultado la generación del gusto como lógica de hibridación serán las actitudes en las sociedades actuales. La contradicción cultural de un ideal estético y uno que no lo es, la estética nos llevará a un mundo mejor, sin embargo, la belleza estética sin inteligencia racional no es la solución sino en la calidad y el gusto por la creación. Esta diferencia divide en grupos sociales y se diferencian al resto y cada uno en el hiperconsumo. El triunfo de la calidad de los bienes culturales es en el diseño a la educación y formación artística como medio para promover el consumo cultural.

Las marcas se dedican a salir de su tradicional mensaje "superficial" ahora proponen juicios y valores, una nueva cultura de marcas capaces de exponer sus logotipos y de conseguir que se hable de ellas. Los diseñadores son los primeros en construir la hibridación del arte, la moda y lo comercial. La geoestrategia planetaria de las marcas en la época del hiperconsumo, las grandes marcas crean una cultura-mundo[83] compartiendo inclusión y seas parte de una identidad perteneciendo a un grupo social, las marcas pueden ser creativas y procuran un goce estético, pero esta condición no debe ser la única que determina a la cultura de mercado como discurso dominante ya que se puede caer en demeritar en cultura del espectáculo solo para subir audiencias y vender teniendo en cuenta que el parámetro es el consumo como único valor mediático del entretenimiento buscar alternativas con su propio estilo y un sentido artístico en la colectividad.

La calidad de la creatividad se da en la formación artística como en las escuelas, academias, talleres, cursos, conferencias, seminarios es decir, la creación de bienes y servicios culturales es la meta a seguir como inversión en el capital creativo que promueve los valores de consumo y el patrimonio cultural material, inmaterial, monumental, artístico, histórico se convierte en turismo cultural, así como los eventos, ciclos de cine, ferias del libro, galerías de arte servirá de intermediario de la apropiación de símbolos y significados como resultado del capital consumidor.

La calidad artística es variable puede caer en estándares absurdos como es el arte contemporáneo, los reality show sin sentido, cine repetitivo, música banal, la cultura de masas, sin embargo, el mercado moldea la división de grupos culturales dirigida a

[83] Lipovetsky, G & Serroy J. (2010) Respuesta a una sociedad desorientada. En *La cultura-mundo* (108-112). Barcelona: Anagrama.

disposiciones individuales según sus talentos y fortalezas por esta razón la variedad del público se refleja en el consumo.

La palabra otaku, en el consumo cultural emergente hibrido en el hiperconsumo globalizado se da principalmente entre el creador, el producto y la reproducción de bienes artísticos y culturales transformándose en productos masificados. Esto quiere decir, que el otaku del capitalismo artístico se comunica a través de la marca (empresas de animación, videojuego) la comunicación (distribución de las obras, reproducción artística), y la moda (renovación de productos apropiándose del lenguaje y los significados y convirtiéndolos en uno nuevo). El otaku creativo: realiza la producción de bienes reinterpretan y representan nuevos productos para el mercado incluso lo muestran en una nueva inspiración a partir del otaku consumidor. El otaku consumidor: producción de bienes que se encuentran el mercado masificado, solo reproducen los esquemas seductores como representación simbólica en el consumo cultural.

4.4 La teoría de los videojuegos

Los videojuegos han echado mano de su velocidad de crecimiento tecnológico y de la creatividad en el diseño de las producciones, no solo era consumido por niños, sino también se transformó en un canal de comunicación de ideas y, a diferencia de los demás medios, ofrecía la posibilidad de ser interactivo. Es posible darse cuenta tanto de su evolución como de su futuro, visualizarlos como piezas fundamentales de la cultura de las nuevas generaciones. José Ángel Garfias Frías, explica cronológicamente el desarrollo de los videojuegos.

En la primera década del siglo XXI, los videojuegos se acercaron a los límites del realismo que explotaron nuevas fórmulas a través del juego en línea y se desarrollaron nuevas interfaces, los primeros estudios serios sobre los videojuegos, tratando de aproximarlos a la academia.

Video Game Theory Rader, coordinado por Mark P. Wolf, publicado en 2003, en dicho libro se abordan las investigaciones de los videojuegos desde la semiótica, la abstracción, la narrativa, las identidades y otros temas. Wolf hace una reflexión histórica sobre cómo ha evolucionado el estudio de los videojuegos desde sus orígenes, permite dar un análisis acerca de las teorías y las posibilidades de desarrollo e inclusión de estas teorías en México.

En 1962, *Spacewar* fue el primer software de videojuegos. Desarrollaba una mecánica de competencia sencilla basada en disparos entre dos naves que vagaban en el espacio vacío, para eliminarse mutuamente, sólo circulaba en centros universitarios y

universidades de Estados Unidos que tenían una computadora capaz de soportar el videojuego, y las de aquel entonces no eran tantas ni estaban al alcance de cualquiera, por esta razón no fue un fenómeno de masas.

A principios de los setenta Nolan Bushnell, un empresario de alta tecnología logró colocar con éxito en las máquinas tragamonedas el mítico videojuego Pong. Que recreaba un partido de *Ping Pong* y se volvió extremadamente popular logrando que el videojuego se diversificara, lo podrías encontrar fácilmente en gasolineras, bares y otros espacios públicos en los Estados Unidos. Después se extenderían por todo el mundo. A partir del juego empezaron las investigaciones realizadas para el cine o televisión y no podría pasar inadvertido a los videojuegos, tales trabajos incluyeron en la semiótica, los estudios de juego, la teoría literaria, la informática, las teorías del hipertexto, el ciber texto, la interactividad, la identidad, el posmodernismo, la ludología, la teoría de la comunicación, la narratología, la estética, la teoría del arte, la psicología entre otros.

En 1972 salió a la venta la primera consola de videojuegos casera Odyssey, los nombres de los productos eran diversos entre *electronic games, computer graphics, computer games o video games*. El Atari 2600 que salió a la venta en 1977, llevaba como siglas VCS que significaban Video Computer System, y como consola de videojuegos fue muy exitosa, presentando juegos memorables, es entonteces el término Video Games, rescató de manera neutral la naturaleza de estas producciones; pues tomaban en cuenta lo lúdico y la característica audiovisual.

Los videojuegos de los años ochenta crean personajes populares, el negocio de las máquinas Arcade iba en pleno crecimiento, proliferaban los locales donde se jugaban títulos como *Space Invanders, Pac Man, Donkey Kong y Asteroids*. Las empresas desarrolladoras de videojuegos más importantes de la época como *Activision, Atari, Coleco Imagic, Matell y Magnavox*, pusieron a la venta revistas especializadas que hacen referencia a los videojuegos, se crea una industria editorial que aportaría guías para coleccionistas y estrategias de juego y es como el aficionado crece de manera exponencial, donde los diseñadores creaban sus propios programas.

En 1982, Chris Crawford escribió *The Art of Computer Game Design*, primer libro dedicado a la teoría del videojuego, publicación que cuestionaba la naturaleza de los juegos, indagaba lo que lo hacía entretenidos y proponía considerarlos como una obra de arte y una crítica que ocasionaría tener tantos usuarios enganchados a la pantalla debido a la pérdida de tiempo y a la posible adicción que podía acarrear, *Mind at Play: Psychology of Video Games*, de Geoffrey R.Loftus y Elizabeth F. Loftus quienes en 1983, examinaban las motivaciones y estudiaban los beneficios de jugarlos. *Mindddd Media: the Effects of Televisión, Computers and Video Games*, de Patricia Marks Greenfield, su enfoque psicológico daba cuenta de experimentos de laboratorio con videojuegos para medir los efectos violentos y los cambios de comportamientos de los usuarios. Ya se estaba gestando las dos posturas, las de favor y en contra de este suceso que se daría mundialmente.

En 1983 muchas empresas de videojuegos en Estados Unidos se fueron a la quiebra por la falta de creatividad en sus producciones y la saturación del mercado, esto significó para algunos analistas la muerte de los videojuegos como práctica social, sin embargo, en Japón la industria estaba por comenzar el verdadero salto tecnológico y económico, en 1985 cuando Nintendo regresaría a toda América la euforia de su consola Nintendo Entertainment System (NES) y Mario Bros como personaje insignia de la compañía, su fortaleza era aprovechar mejor las historias y los personajes se volvían más complejos para consolidarse como parte fundamental de la cultura contemporánea.

Los videojuegos han podido trascender y establecerse en la cultura contemporánea como el *Hot Circuits: A Video Arcade,* de junio de 1989 a mayo de 1990, presentaba por el *American Museum of the Moving Image*. Este museo ya presentaba exposiciones para reconocer los avances y mostrar en imágenes más trascendentales, en medios como el cine y la televisión consolidándose como industria global multimedia y eran objeto de estudio, se comenzaba a hablar de su importancia entre los usuarios, tanto negativa como positiva, por ejemplo, Pac Man, gracias a su popularidad tuvo una serie de dibujos animados así como otros personajes aparecían para romper las fronteras de su propia industria, apareciendo en películas *Mario Bros, Sreet Fighter, Mortal Combat y Double Dragon* en general, fueron consideradas muy malas para la crítica del videojuego, debido a sus temáticas, pero dio oportunidad de explotar una línea de negocio en el mundo del entretenimiento.

La década de los noventa aportó un nuevo giro en la industria a la apertura del *CD Rom,* la capacidad de almacenamiento en materia de música y videos. *Doom* el juego que inauguraba masivamente el género de los disparos en primera persona (*First Person).*

Todos estos cambios tecnológicos hicieron necesario profesionalizar la carrera de creación de videojuegos, es entonces que, en 1993, abrió sus puertas la *DigiPen Applied Computer,* primera escuela de animación de videojuegos. *DigiPen* era en 1988, una empresa de animación, pero un convenio con Nintendo de América concretó un proyecto consistente en una escuela con carrera de tres años, con especializados sobre programación, animación o desarrollo de interfaces. La escuela está ubicada en Canadá. Empresas de videojuego, Nintendo, Iguana, Sierra Online, Konami, Electronic Arts, Bandai Entertainment y Sony de América.

A DigiPen le ha ido bien ya que realizaron gestiones necesarias para otorgar a los estudiantes el grado de Ciencia en Simulación Interactiva en Tiempo Real y otro en Animación Informatizada en 3D, éstos han detectado el interés que se tiene en los videojuegos y la posibilidad de abrir un amplio campo de trabajo en carreras de animación digital y programación con especialidades en videojuegos.

El advenimiento de las páginas web de coleccionistas, jugadores, reseñadores y editores desarrollados por los aficionados, así como páginas de investigación y académicos

se comparten opiniones y artículos científicos sobre las investigaciones realizadas y se convoca a congresos en diversas partes del mundo. Producto de esta nostalgia se empezó a difundir en la red un nuevo movimiento de emuladores que, mediante programas de cómputo, permiten utilizar versiones de videojuegos de consolas en computadoras personales simulando el hardware, así como los comprendidos de juegos clásicos que llegaron a los sistemas de última generación.

Ante la ausencia de estudios sobre los videojuegos, los investigadores echaron mano de teorías narratologías propias del cine o las literaturas encontraron bastantes coincidencias, la gran variedad de géneros en el videojuego generó dudas en aquellos casos donde la historia no es primordial y lo importante es el juego.

Se organizó el primer congreso académico sobre los videojuegos, el *Computer Games and Digital Textualities*, que se realizó en la Universidad de Copenhagen en marzo del 2001. Este grupo de investigadores ve al videojuego como un producto cultural que debe estudiarse inserto en la cultura, proponiendo incluso debatir sus características estéticas para considerarlos como una nueva forma de arte, así como el análisis de su situación ontológica. Trae una participación de investigadores bajo la óptica de la teoría de juegos, el análisis estructural, la semiótica, el impacto cultural y la narratología presente en cada una de las producciones.

Half real: Video games between Real Rules and Fictional Worlds, de Jesper Juul 2005, menciona que el esquema de reglas de juego dentro de un mundo ficticio, pero a la vez, las reglas presentes en ellos obedecen a las sociedades del mundo real, lo que facilita su reproducción y consumo. Juul es reconocida en esta área y comienza un debate para construir una teoría de los videojuegos más compleja.

La ESA (*Entertainment Software Association*) estudia los usos de los videojuegos, está enfocado a los análisis demográficos que se han llevado a cabo para identificar a los usuarios y saber cómo y por qué consume los videojuegos, tienen como objetivo obtener información para elaborar estrategias de mercado que mejoren las ventas. La publication annual *Essential Facts about the computer and videogame industry*. Busca responder preguntas tales como: ¿Quién juega los videojuegos? ¿Quién compra videojuegos? ¿Cuánto tiempo tienen los usuarios de ser videojugadores? ¿Cuánto se vendió el año pasado? ¿Cuáles son los géneros de videojuegos más vendidos? ¿Cómo se ha jugado en línea?

El estudio del videojuego permite averiguar quién compra consolas y videojuegos, en su mayoría son jóvenes y adultos, las compañías crean especialidades formativas, desde lo musical, imagen, interacción del personaje, diseño del juego, historia narrativa, qué sea dinámico y accesible a sus jugadores.

Otro factor es el uso de dispositivos multimedia que hacen de ellos un buen producto para la explotación y exploración de estos recursos tecnológicos, se han

convertido en los facilitadores del acceso de la tecnología en los hogares, principalmente en países industrializados.

Frans Mayra, *Game Studies* ubica a los videojuegos en el plano de la cultura esto en tres factores: los juegos, jugadores y el estudio del contexto en que se desarrollan los otro dos. Este enfoque pretende tener una visión más compleja del proceso; por ello, el carácter multidisciplinario con el que se le debe abordar es la clave para comprender y explicar al videojuego como parte del entramado cultural. Entender a los juegos culturalmente implica comprender a la práctica lúdica como una forma particular de la misma.

La cultura entendida como un sistema de significaciones y el juego como parte de ella cobran sentido una vez que se han establecido ciertas particularidades; su práctica se lleva a cabo por individuos que entienden su objeto, se sujetan a las reglas subjetivas para el juego y disfrutan de sus mensajes. El entendimiento de esos significados en el juego se puede lograr a través del análisis de los elementos comunicativos que se dan en su práctica.

El juego constituye un proceso de comunicación debido a que establece convenciones y transmite significados, esto es a lo que se refiere el *Game Studies* sobre el contenido del juego, los jugadores y el contexto.[84]

La cultura de los videojuegos se debe entender desde las construcciones simbólicas que son consumidas por los usuarios, donde los juegos se convirtieron en más complejos e interactivos en las distintas plataformas en el sistema global y las producciones elaboran un estudio multidisciplinario en áreas diversas que complementan la acción virtual con la digital, lo real y lo físico compartiendo las vivencias con los otros usuarios y se debe abordar a la industria cultural en crecimiento y altamente concentrado.

México aún no es un gran productor de videojuegos, al menos es el mejor consumidor de la región, además, gracias a las aplicaciones en dispositivos móviles y sitios en redes sociales, los juegos se han hecho más accesibles en comparación a su costo de su producción.

México, tiene la oportunidad de generar escuelas profesionales para el desarrollo de los videojuegos con planes de estudios multidisciplinario, ahora se han acercado a la producción de la animación, el entretenimiento interactivo tiene sus particularidades, por lo que es necesario pensar en los programas especializados para los videojuegos, diseño y análisis teórico, creación literaria para la construcción de la historia, los personajes, la formación artística y disciplinas comunicativas, filosóficas, sociológicas, psicológicas, industria cultural como parte integral en el estudio contemporáneo.

[84] Garfias Frías José Ángel, (2013). *Teoría del Videojuego, El estudio serio del Entretenimiento*. En, Industrias Culturales en México reflexiones para actualizar el debate (375-394). México: colección Tendencias.

Las convenciones donde se reúnen las personas aficionadas han dejado de lado, el interés de realizar conferencias y talleres dedicados a los videojuegos, algunos solo lo ven como recurso de entretenimiento, sin embargo, universidades, círculos de estudio, eventos seminarios afines analizan la parte estética, artística y creativa, así como las aportaciones al campo de los videojuegos.

4.5 Lo real y lo virtual

Simón Marchán describe el retorno de lo real y la inmersión en lo virtual, menciona que a primera vista lo real y lo virtual se hallan atrapados en la contraposición alumbrada por Platón en la alegoría de la caverna entre la verdadera luz de ser y sus fantasmas, las cosas y sombras, la región inteligible y el mundo visible, las ideas y sus pálidos reflejos. Estas oposiciones entre la esencia y la apariencia, el acto y la potencia, la existencia fáctica y la aparente, la verdad y la ilusión. En palabras del autor, afirma que lo verdadero está el arte imitativo en la búsqueda de una respuesta a favor de la apariencia alejada de la verdad del arte de imitar para acercarlo al fantasma y a las sombras proyectadas por el fuego fondo de la caverna.

La estética de la apariencia digital, la tecno estética que se vuelca con entusiasmo a la simulación y al simulacro, nublando la transparencia de cualquier verdad. El mediascape (paisaje de los medios) se proyecta en los espacios de ilusión y la virtualidad que posibilitan las nuevas tecnologías, las referencias de las alusiones a la realidad tiende a diluirse en los juegos aleatorios de los significantes, la permutabilidad que destila la explosión y la implosión de los signos o la hipertextualidad.

En las nuevas sociedades globalizadas que se entrelazan, los seres humanos vivimos en dos espacios: el extensivo, el supuestamente real, y el llamado ciberespacio, el virtual. Al parecer, los fenómenos naturales y la representación de estos existen entre lo material y lo inmaterial distintas imágenes del original y la copia, el modelo y el simulacro.

Para Hegel, la estética de la verdad radica en el pensamiento y el concepto consuma la plenitud de la realidad. La imagen y lo sensible son solo un momento previo, cuyo destino es la idea. Representar lo real como verdadero, la imitación de la naturaleza es contemplada como una belleza de la representación artística.

Baudrillard desde *Simulación y Simulacros*, en una utopía que ya no se inscribe en el orden de lo posible, sino que únicamente se puede soñar como objeto perdido, es decir, el sentimiento de que pertenecemos a la materia en un espacio artificial, que nos invaden la explosión y la implosión de los signos visuales en los paisajes de los medios y nos alejamos de sus cercanías, lo real, aún no sabemos en qué consiste se trasluce en el orden simbólico social y cultural en su contexto histórico.

La hiperrealidad inspira la industria del espectáculo y del *Entertainment*, no como banalidad artística, sino como experiencias de lo real con imágenes y situaciones de la vida cotidiana, convirtiéndola en la crítica de la representación de la agonía explora en todas sus consecuencias estéticas de la apariencia y la simulación.

La clásica teoría de la mimesis ha sido el objeto por varios pensadores, sí observamos en particular a los franceses en J.F. Lyotard, la eficacia y la eficiencia como verdades absolutas y los lenguajes artísticos que producen significados y se crean reglas para su circulación. Asimismo, con J. Derrida la deconstrucción de la lógica mimética de la palabra; los lenguajes artísticos, sus técnicas expresivas y estrategias se analizan ahora en función de los sujetos que las experimentan. *Políticas de la representación* portadoras de las identidades múltiples.

De cierta manera, los usos fotográficos, la animación, videojuegos, el cine, las imágenes y videos insertados en la virtualidad, el uso de tecnologías sustituye la reproductibilidad técnica por la telemática y la de aparatos electrónicos, la culminación estética de la apariencia digital por medio de la intervención de la realidad en función imitativa son derivados de un realismo populista de consumo visual, es necesario la representación para materializar nuestras prácticas, transformando espacios imaginarios a realidades con identidades hibridas, es la máxima expresión de un hibrido cultural seductor de formas, expresiones, colores, emociones con asimilación, integración y circulación del streaming, la marca, el cinema, el smartphone, las redes sociales y la virtualidad.

El término virtual procede del adjetivo latino *virtualis*, el cual es producir un efecto de lo que tiene existencia aparente, pero no real efectiva, existe como posibilidad según sus disposiciones o capacidades pudiendo llegar a ser real. Los efectos de lo posible como lo real dan como resultado una expresión de *apariencia digita*l.

Los modelos cibernéticos, las simulaciones científicas, biotécnicas, médicas o incluso artísticas pueden resultar fascinantes y así lo entiende la industria del Entertainment cuando incide en el mundo de las experiencias y vivencias que tenemos por imposibles su realización.

La realidad virtual se empleó inicialmente en los ambientes científicos para designar las tecnologías audiovisuales de la simulación en el ciberespacio, pues la virtualidad es ante todo un fenómeno de nuestra conciencia del espacio, y solo después se extrapola a los diversos campos. William Gibson, en la novela *Neuromante* (1984), donde satiriza sobre la retórica del sueño californiano del nuevo amanecer en el Silicon Valley, acuño el término ciberespacio.

El arte está ligado en su historia a la producción de imágenes, la realidad virtual se inscribe en una tradición artística: los espacios de ilusión y de inmersión. Esta realidad es digital, no puede ser concebida sin las tecnologías numéricas de la digitalización. A mediados de los setenta, los principios estructurales de la estética de la información eran

abstractos, ahora son incorporadas como materiales de las reproducciones miméticas, las imágenes reconocibles, y a ello obedece que proliferan las narrativas digitales y los efectos analógicos. Un ejemplo es la fotografía digital cuyo lenguaje está formalizado por los algoritmos de un programa que se puede transformar editando y manipulando la información, configurando la estructura almacenada y representarla en una impresión. Los videojuegos como modelos de ambientes reales en una simulación como reproducción residen en la capacidad que esconde la estructura para manipular los puntos espaciotemporales y transformarlos en figuras, cosas o acontecimientos virtuales.

La imagen digital, en cambio, es independiente de la pantalla en la que aparece y en cuanto estructura de un acontecimiento espaciotemporal puede ser manipulada y alterada en sus colores, formas, líneas, en cualquier momento, pero no es una identidad física sino es un estado dinámico, el material artístico es un código inmaterial transformado en la nueva estética de los nuevos medios electrónicos. La obra, el creador y el espectador culmina en la *obra abierta*, según la terminología de Umberto Eco, ahora interpretada desde la *interactividad* un nuevo espectador transmutado en usuario y cocreador convirtiéndose en objeto artístico intangible.

La pantalla se convierte por tanto en un espejo de las apariencias, como en *El nacimiento de la tragedia,* en que la estructura del ser es desplazada por la del aparecer. El CGI o efectos especiales son los excesos múltiples reflejos de las apariencias dionisiacas. Las percepciones son esencialmente reales, la tecnoestética engaña a los sentidos con manipulaciones ópticas que se reflejan en la apariencia digital y se reproduce en el Entertainment.

Por lo tanto, M. McLuhan, comenta que las imágenes digitales incrementan capacidades de percepción sensible, amplían la extensión de nuestros sentidos y el conocimiento sensible. Es la percepción del mundo mediante la fotografía, el cine, las animaciones digitales e ilustraciones, estaríamos de frente a la propuesta de la estatización virtual. La saturación de imágenes en una explosión e implosión de imágenes cada vez más rígidas, parece que producen una superabundancia de imágenes, una hiperestetización de la visualidad.

Es por ello que las sociedades globales inmersas en la tecnología, redefinan la cultura visual y las técnicas del ciberespacio para saber cuáles son obras artísticas y diferenciarlas de la banalidad del espectáculo virtual, que algunos no aporta significados y al día siguiente se olvida por otra masificación de imágenes, todo parece indicar que el arte como objeto, porque queremos obtenerlo, el libro, la canción, el video, pero es mucho más rápido con la reproductibilidad técnica digital, es posible y forma parte de una cadena generalizada de consumo, de modo que la esteticidad global tiende a influir en el diseño, la publicidad y los medios masivos de comunicación, probablemente es la construcción individual y colectiva dirigida a la uniformidad y lo homogéneo a la cultura de masas en el

consumo y la reproducción de la realidad a lo virtual, a través de la simulación mediante de la apariencia digital.

La arquitectura visual propone un espacio virtual con el objetivo de la fascinación en el ciberespacio, obteniendo un equilibrio entre la apariencia de la realidad en el espacio virtual, se propone a la hiperrealidad que suplanta a la propia realidad en el que inicialmente se inspira, es decir, situarlo en lo real, para que su reproducción sea lo más parecido y el conjunto de ficciones sea posible en la virtualidad.

Carlos Fajardo indica las nuevas transformaciones de la estética en la globalización, en la época de la inmediatez, instaurando un *totalitarismo plural* y un *pluralismo totalitario*, con un pensamiento único fiscalizador de las diferencias. Los nuevos macroproyectos del capital global (mercado y medios) impulsan la idea de libertad de gustos y de escogencias; registran en su agenda la *ilusión* de una democracia real; edifican la *mentira* del aquí todo vale y es posible. Esta pluralidad de los discursos también facilita una ideología de la individualización casi total, mercado y medios se alimentan de la fragmentación de las sensibilidades y del intimismo incivil, pues ello favorece a sus intereses de separación y diversificación de los sujetos frente a las reivindicaciones sociales y personales. El autor denomina slogan globalitario "seamos plurales como el mercado".

La pluralidad y libertad de opinar y contar relatos de uno mismo hacia el otro favorece al mercado con ideologías que se pueden identificar con los gustos personales, sociales y culturales. Las redes sociales sería un ejemplo.

En una sociedad que exige del artista un arte de pasatiempo; las instituciones del arte elogian la responsabilidad del artista respecto a su entorno, y es galardonado en premios de arte que satisface las preferencias del cliente y los propietarios del gusto. El museo como institución, el curador que define el tema, el objeto artístico y el cliente que compra el artículo de colección, con el tiempo han ridiculizado al arte conceptual de poca creatividad y sin sentido estético artístico para el espectador, pero increíblemente es de alto consumo y generando grandes ingresos por algunas entidades culturales que legitiman la obra, sin embargo, el artista virtualizado ya no necesita de proclamas ni manifiestos para legitimar de acción. Ahora podemos hablar de arte desterritorializado, es la deconstrucción del museo como espacio sagrado que era admirado por el contemplador, ahora el espectador consumidor define las características sublimes, "al producirse el arte sin ningún relato legitimador que lo pre-juicie, y sin cargas filosóficas metafísica alguna, se generan otras sensibilidades y emociones estéticas, como también distintas formas de catarsis y de experiencias". Las exposiciones están acogiendo infinidad de géneros y expresiones, de manera que todo pueda terminar en el museo. La cibercultura se transformó en arte virtual con materiales y procesos multimediáticos, la obra de arte sigue existiendo como ser autónomo, pero ahora consta de otro lenguaje comunicativo con herramientas tecnológicas, que ahora se convierte como parte de la obra artística. La tecnogeneración provoca nuevos productos artísticos en el que los artistas virtuales construían sus acciones sociales e

históricas, el hipermercantilismo en apariencia quedará perpetuo y la contemplación rápida de imágenes será el nuevo interés por lo nuevo y fascinante, creando nuevos objetos múltiples de estilos diversificados que serán incluidos en el espacio virtual.

El mercado global estetizado y espectacularizado ha procedido a superar las distancias entre lo público y el arte masivo, es decir, entre masas consumidoras y productos ofertados, nace el sentimiento sublime por el mercado y lo mediático. El autor menciona que, en la lógica capitalista de mercado, esta aspiración de riqueza, felicidad y éxito se podría adentrar en un laberinto social que sublima en el deseo, en lo sublime del vacío, es una apariencia del ser y del gozo por un momento alcanzado por pocos, pero consumido por todos, la percepción estatizada erótica y sensible lo manifiesta la publicidad del diseño, el reconocimiento de ser alguien, el protagonista y ser consumidos por otros. El éxtasis y la euforia en línea por consumir con eficacia los productos ofertados e incluso, sexualizados, aunque sea por uno mismo.

Las industrias culturales masivas generan la banalidad y la trivialidad de los gustos, abren fronteras, llenan el mundo de una cultura más democrática y asequible a todo público, debemos aclarar que los individuos escogen "libre" e individualmente los objetos ofrecidos por el mercado, se estandarizan los gustos, las sensibilidades, los imaginarios, la aspiración de adquirir productos culturales heterogénea del deseo, es una estrategia de mercado, segmenta, elige, selecciona a sus posibles compradores, esto quiere decir que cada producto cultural, estandarizado, tiene su público al cual va dirigido, proyectando un tipo de democracia simulada del gusto a todos se les impone el deber de ser consumidores como un acto civilizatorio moral ciudadano y se diversifican los productos (cantidad, variedad) para que de forma individual se adquieran y se consuman, se podría entender como el simulacro de la democratización artística, un placer estético efímero que producen cantidad y variedad de productos seductores estetizados, el disfrute de los símbolos de consumo. El espectador que contempla representaciones artísticas embrujadas con imágenes sensibles, un gusto ilustrado de lo pintoresco e interesante, el disfrute de lo novedoso, inmediato, fugaz, espectacular del arte masivo. La publicidad eficaz, eficiente y rentable es el suspiro idealizado e ilustrado de las formas sensibles que ha instrumentalizado lo sublime estético como finalidad de la obra de arte.

José Luis Molinuevo afirma que la libertad de pensamiento son los principios de la cibercultura, las imágenes han dificultado una educación estética basadas en ellas; la política ha tomado a la estética en el ámbito del sentimiento que la utiliza para fabricar símbolos que muevan y conmuevan a la gente, las imágenes han servido para sensibilizar ideas morales de antes y productos de ahora, dan resultado al mercado de bienes culturales, la publicidad de mercado y la propaganda política. La creadora de apariencias e ilusiones (la imagen como ilusión y la imagen como posibilidad) de la realidad sería el principio de Cibercultura.

Simón Marchán en su compilación comenta la tesis de Jameson y menciona que somos incapaces de imaginar el futuro sin el apoyo de las imágenes de la ciencia ficción y el imaginario de una utopía; las funciones clásicas de la imaginación son las de reproducir, producir y anticipar. Por un lado, se sostiene por la crisis de la modernidad, pero por otro se mantiene la desconfianza en la llamada cultura de masas por lo que se dio la necesidad de revisar esa categoría cultural convertida en un juicio de valor en la ciencia ficción (literatura y cine) de imagen y texto, de sentimiento y conocimiento, constituyendo una autentica estética cognitiva. Las metáforas serían algo más que los efectos especiales de las películas. El futuro es con frecuencia la exposición de las posibilidades contradictorias del presente. Y para ello es necesario romper la continuidad espacio- temporal.

En el cine existe la visión pesimista respecto a la posibilidad del futuro "La verdadera atrofia de la imaginación utópica es ésta: podemos imaginar el futuro, pero no podemos concebir la clase de estrategias políticas colectivas necesarias para cambiar o asegurar ese futuro."[85] La imaginación del futuro depende del lugar y del tiempo, la orientación, de qué puede ser y hacer el hombre en estas sociedades en las que conviven en la técnica, tecnologías. La conversión de masa en público digital es una de las posibilidades.[86]

Terminator como una distopía critica en que los robots nos aniquilaran, un asesino cibernético del futuro es enviado a los Ángeles, para asesinar a la mujer que procreará al líder de la resistencia Jhon Connor en el que una inteligencia artificial conocida como Skynet está a punto de perder una guerra con los humanos, *El planeta de los simios,* el dialogo final entre el doctor Zaius y Taylor dibuja a un ser humano depredador del planeta y asesino de sus semejantes y la desesperación de que los simios ahora gobiernen la Tierra lo constata ante las ruinas de la Estatua de la Libertad, The Matrix, un programa y una máquina, un experto en las computadoras descubre que su mundo es una simulación creada por ciberinteligencia. Star Wars "hace mucho tiempo, en una galaxia muy, muy lejana" Allí se ha dado una batalla de lado luminoso de la fuerza la batalla interminable de los caballeros Jedai protectores de la galaxia y el lado oscuro representado por los Sith narrando la desaparición corrupta Republica Galáctica y la sustitución de un imperio

[85] Penley Constance, Time Travel, Primal Scence and the Critical Dystopia, en Penley, Constance (com), Close Encounters Film, Feminis, and Science Fiction, (1991), Minneapolis, University of Minnesota Press, pág.64.

[86] Molinuevo Luis José, *La orientación estética*, Editorial Paidós. Pág. 100. Véase Fajardo Carlos, Hacia una nueva estética de la cultura: "Atravesados por esta racionalidad modernizadora, los latinoamericanos como mayoría silenciosa, consumimos las nuevas tecnologías sin propuestas pensantes. Vivimos el drama postindustrial, lo sufrimos. Sonámbulos entramos digitando como operarios ciegos el nuevo siglo ciber, funcionarios analfabetos que aprendemos rápido sus procedimientos, pero sin haber participado en su elaboración".

opresor. En cada una de las historias nos fascina consumir lo devastador del futuro como anticiparse o incluso acercarse a él.

Es una cultura de superficies, como lugar de interacción entre apariencia y realidad, de lo real y lo virtual. Es una cultura híbrida en la que todavía tiene sentido el proyecto emancipador moderno, la orientación a través de las imágenes.[87]

Entonces, podríamos decir que la cibercultura híbrida, es la cultura de masas que se entremezclan en lo público (real) y el hiperconsumo digital (apariencias), provocando posibilidades y probabilidades del futuro de lo imaginario (reproducir, producir, anticipar) surgen horizontes para mirar imágenes inalcanzables que nos acercan.

El otaku o aficionado al anime se convierte en la nueva cultura emergente hibrida que se encamina al capitalismo artístico, la marca, la mercadotecnia, la comunicación, la moda y el diseño como la renovación de productos culturales. La moda del hiperconsumo seria las empresas creativas como las de animación, videojuegos. El otaku creativo seria la producción de bienes que reinterpretan y representan nuevos productos en el mercado, interpretando en una nueva inspiración a partir del otaku consumidor. Entonces el otaku consumidor seria la producción de bienes y servicios que se encuentra en el mercado es la representación simbólica orientada al consumo conocedor de una obra determinada.

Juan Martínez Moro en su capítulo cuatro, la ilustración en la era de la información. En la cultura del fragmento la imagen no aspira ya a representar la totalidad, o a reconstruir un mundo, la naturaleza o una figura histórica, sino a ilustrar parcialmente cada uno de sus posibles y distintos aspectos coyunturales, obras seriegénicas. Cada imagen se convierte en un episodio, un emblema parcial que debe ser entendido como el uso de los medios técnicos de reproducción de la imagen que favorecen estas producciones artísticas, pues llevan implícitos la actividad documental o registral de carácter inmediato, secuenciado, o también, y, por el contrario, aleatorio.

La virtualidad de la imagen gráfica es consecuencia directa de la separación gráfica, es consecuencia directa de la separación física y temporal entre la imagen-matriz. Es un artificio visual compuesto de fragmentos figurativos con carga simbólica en su significado y su forma, presenta al espectador una dosis de elementos y productos de la realidad cotidiana, urbana, política, económica, tecnológica, mediante guiños lingüísticos y culturales, algunos superficiales, en otras ocasiones profundizan el inconsciente colectivo.

Debemos comprender un término que se ha acostumbrado el *ciborg* como el estado terminal del hombre del futuro, se trata de la potencialización y ampliación de las funciones humanas a través de la implantación de elementos tecnológicos. El ciborg es solo un objeto para la especulación futurista, representa el terreno de la fantasía de ciencia ficción con

[87] García Canclini Néstor. (1990). *Estrategias para entrar y salir de la modernidad. En Culturas Híbridas* (pp. 31-49). México: Grijalbo.

gestos simulados y controlado por las nuevas tecnologías se piensa que ayuda al ser humano en la eficiencia y la eficacia.

La memoria es el factor principal para el hombre contemporáneo para adentrase en la sociedad de la información y velocidad, pertenecer al mundo con el apoyo gráfico, la presencia de imágenes en el pensamiento, la tecnología pone a su alcance la creación de registros visuales.

El diseño gráfico ha experimentado un desarrollo extraordinario en recortes de tiempos de producción, en términos de innovación, así como en el propio acabado del producto final que está ejerciendo a través de la informática una importante influencia sobre la creación artística digital generando nuevos campos profesionales del diseño publicitario y editorial, la posproducción, la ingeniera industrial, la animación. Ahora la obra contiene la forma, la escala, el color, el tono, la saturación, la luz, en esta sectorización y pixelización de la imagen.

El píxel aparece en el terreno de la creación gráfica que ha permitido a los editores, artesanos y artistas realizar imágenes de difusión del grabado pasando por la talla, el buril, el aguafuerte, la aguatinta, la xilografía, la litografía, el fotograbado, la serigrafía, el offset, la fotografía, y por último la impresión digital. Debemos entender que el significado del píxel, esta interfaz de la paleta digital no es otro que el *picture element*, es decir, un sistema visual que ordena y empaqueta la continuidad en que se presenta la realidad. "Lo digital no es estrictamente hablando una propiedad intrínseca de nada, sino la consecuencia de la aplicación de una metodología de interpretación y codificación visual de la realidad.[88]

La creación artística digital genera experiencias interactivas sobre la imagen en la pantalla, en que los resultados son inmediatos: velocidad, ejecución, comunicación, difusión, facilitando la transmisión efectiva y rápida de la información y los objetos dotados de imagen, sonido, texto y vídeo es la mezcla perfecta de la interactividad (hipermedia e hipertexto).

Roman Gubern define al píxel como una unidad de información, pero no de significación. Podemos explicar que el analógico (la imagen) codificado se presenta como una matriz de números (filas y columnas) contenida en un ordenador, que no tiene una estructura isomorfa (analógica) con respecto a la imagen, y en cuya memoria los pixeles pueden ser manipulados o alterados individualmente o en grupo de ellos.

Los ordenadores son procesos de la inmediatez y la velocidad, ahora más pequeños e integrados con formas atractivas para el usuario, con estructuras codificadas en espacios intangibles (salvaguardar imágenes y videos). La definición de *cibernética* de Norbert Wiener acuñada en 1947 dice que a partir del vocablo griego que significa *timonel*, que

[88] Martínez Moro Juan. (2004). *La ilustración en la era de la información. En La ilustración como categoría una teoría unificada sobre arte y conocimiento* (171-238). España: Ediciones Trea, S.L.

implica la idea de control o de gobierno de un sistema. Los usuarios controlan y construyen programas y aplicaciones para manipular imágenes, textos, videos, en la máxima expresión de la interactividad y en la vida diaria, como son la compra de servicios, banco, el streaming, la hiperimagen son las simulaciones de la realidad y las quimeras, son imágenes fantasmagóricas de nuestro imaginario (no real).

El autor se refiere a los videojuegos como la imagen digital interactiva, constituye un sistema con una estructura planificada, sistemática y predecible, con opciones predefinidas por su diseñador, personaje cuyas funciones son equivalentes a las del director-guionista de una película. La estructura propia de los videojuegos es la *trayectoria*, con un principio, una secuencia de desplazamientos salpicados de incidentes redundantes que el operador debe intentar controlar, y un final, que con su puntuación premia o descalifica al operador. Esta estructura tiene muchas analogías con la del laberinto, pues también constituye un itinerario puzzle en el que se deben ir salvando amenazas y obstáculos consecutivos. Debido a este imperativo, en los videojuegos los *procesos* son más importantes que los *sujetos*.

El mercado de los videojuegos obtiene una rentabilidad superior a la industria del cine. En México nos damos cuenta de las ganancias y los negocios de esta estética del exceso: la velocidad, la fuerza, la agilidad, el contenido emocional, el desahogo y la desinhibición.

La ideología de los videojuegos se transmite a través de la función *rol-playing* del jugador. Esta impresión de ser libre dentro de una estructura impuesta por otro, dentro de un laberinto emocionante, constituye uno de los estímulos de los videojuegos. Emular a Alicia en su acción de atravesar el espejo. Y esto es lo que ha conseguido, en un nuevo desarrollo de la imagen digital, el juguete de la realidad virtual. [89]

El síndrome de Alicia a través del espejo, penetrando en una realidad alternativa que parece poseer todos los atributos de la realidad objetiva y verdadera. La realidad virtual (RV de forma abreviada) puede definirse como un sistema informático que genera entornos sintéticos en tiempo real y que se erigen en una realidad ilusoria (de illudere: engañar), pues se trata de una realidad perceptiva sin soporte objetivo, ya que existe dentro del ordenador, se podría afirmar que es una pseudorrealidad alternativa, hiperrealista, pero ontológicamente fantástica. La realidad virtual se inicia en 1968, cuando Ivan Stherland construyó en la Universidad de Harvard el primer casco visualizador luego con las investigaciones de la NASA (programa *Virtual Environment Workstation*) y del Departamento de Defensa con simuladores de vuelo. Posteriormente, figuraron exploraciones o territorios inaccesibles para el hombre o muy peligrosos como fondos submarinos, zonas radioactivas o superficies de planetas, han sido registradas previamente

[89] Gubern Román. (1996). *El laberinto digital. En Del bisonte a la realidad virtual, la escena y el laberinto* (152-153). Barcelona: Anagrama.

por cámaras robotizadas y sujetas luego a tratamiento digital con vistas a su experimentación como realidad virtual.[90]

La primera formulación mítica y fabuladora del proyecto RV se halla al final de *Alicia en el país de las maravillas*, cuando la hermana de Alicia sueña con el mismo mundo onírico y con los mismos personajes fantásticos con los que acaba de soñar Alicia, como si hubiese penetrado en el mismo escenario virtual que ella acaba de abandonar. Jean Cocteau, en la estela de Alicia, con sus espejos que se atraviesan para acceder a otros mundos los decorados teatrales tridimensionales y de tamaño natural habían inventado una forma de virtualidad escenográfica bien conocida, construyendo mundos imaginarios o mundos alternativos a su público. [91]

Algunos espectáculos públicos utilizan los *panoramas*, grandes entornos circulares pintados que inventó Robert Barker (1787), los *dioramas* de Jacques Daguerre (1821), quien añadió a aquel espectáculo efectos luminosos y, desde 1832, sonoros.

El holograma, inventado con anterioridad a la realidad virtual, es una escultura fotónica, mientras que la forma del ciberespacio es el interior del espacio virtual. Su espacio tridimensional no constituye una forma material, sino un paisaje óptico que transforma el sujeto en el centro perceptivo móvil de un entorno ilusorio, de una ionosfera sin soporte empírico. El ciberespacio no existe para ser habitado, sino para ser recorrido.

La artista virtual Miku Hatsune es una famosa cantante idol japonesa que tiene miles de seguidores en el mundo. La holografía nace en 1947, inventada por el físico Dennis Gabor, las proyecciones holográficas aparentan tener tres dimensiones (no requieren de anteojos especiales para ser vistas), en la Ciudad de Saporo se encuentra la empresa Crypton que inicia la revolución virtual de manera masiva y de consumo. En la Ciudad de los Ángeles, en su primer concierto internacional que fue en Julio del 2011, cautivó a los espectadores a la llegada de la primera idol virtual[92] en un escenario. Se presenta como la holografía que podría revolucionar el arte en el futuro.

Hiroyuki Itoh músico, compositor y creador de la voz de Hatsune Miku, menciona que es un sofisticado holograma creado por la compañía Crypton, nació como un

[90]Gubern Román. (1996). *El laberinto digital. En Del bisonte a la realidad virtual, la escena y el laberinto* (156-157). Barcelona: Anagrama.

[91]Ibidem véase P. 161.

[92] En la cultura japonesa, un Idol (アイドル Aidoru, es un pseudoanglicismo de la palabra inglesa "idol"), es una celebridad que ha alcanzado fama en gran parte por virtud de su apariencia y virtual aquello que tiene existencia aparente y no real.

sintetizador *Vocaloid*.[93] Es una tecnología de sintetizador de la voz humana que grabó actores de doblaje y cantantes por medio del software, para la primera generación musical a través de la realidad virtual, para difundir esta tecnología fue necesario representarla por medio de la creación de un dibujo animado cuyos significados se derivan de las palabras japonesas "Hatsu" que significa primero, "Ne", sonido y "Miku" futuro. Vocaloid, se había investigado en universidades y empresas, pero está en particular es una tecnología única en su desarrollo.[94]

Hatsune Miku rápidamente se volvió en un personaje del espectáculo, el entretenimiento y de consumo cultural japonés y como toda una artista llena conciertos con músicos en vivos en tiempo real, en la pantalla de Led trasparente se expone a la cantante de manera virtual.

La intérprete en la actualidad no solamente canta en japonés sino en inglés, español, chino, cualquier persona con acceso a Internet puede descargar el programa y utilizar la voz de Miku para interpretar sus canciones. Los grandes éxitos fueron creados por los usuarios, los conciertos se proyectan en hologramas, primero es necesario producir y editar a Miku bailando, por un periodo de un año, y como la voz es creada por los usuarios por medio de una computadora, para modificarla es necesario realizar varias ediciones.

Hiroyuki Itoh se adelanta afirmando que los artistas famosos durante su vida o después de la muerte, pueden ser reemplazados virtualmente holográficamente, esto será importante para tener vida la producción y éxito de los artistas.

En México, Alejandro González Iñarritu, recibió un premio Oscar especial por su instalación de realidad virtual *Carne y Arena* (*virtualmente presente, físicamente invisible*) "No estoy interesado en la tecnología para reinventar o escapar de la realidad. Me interesa la tecnología como forma de abrazar la realidad"[95] es una instalación que montó en el CCU Tlatelolco que sitúa al espectador con un gran realismo en medio de la frontera entre Estados Unidos y México, una producción centrada en el problema de la inmigración.

---

[93] Vocaloid: es el software que proporciona al usuario la capacidad de sintetizar canciones simplemente escribiendo la letra y la melodía. Se graba el canto de actores de doblaje y el usuario puede realizar una canción.

[94] Discovery Channel, (2016, octubre 17) Entretenimiento | 2111 l Discovery Latinoamérica recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=KNAQfUJ7tFw

[95] Vértiz de la Fuente Columba. (2017). Óscar honorífico a González Iñárritu por su instalación de realidad virtual "Carne y arena". 1 Abril, 2020, de Revista Proceso Sitio web: https://www.proceso.com.mx/510874/oscar-honorifico-a-gonzalez-inarritu-instalacion-realidad-virtual-carne-arena

La innovación tecnológica de la realidad virtual es el comienzo de la industria cultural de experiencias estéticas que produce al espectador emociones oníricas, estar inmerso en la secuencia narrativa mezclada con otras expresiones artísticas con base al diseño virtual. La parte emocional del entretenimiento profundo se convierte en la industria cultural de consumo.

David Cuenca Orozco, en discursos audiovisuales e interactivos, un diálogo entre la animación japonesa y los videojuegos menciona que es una ilusión óptica cuando algo inanimado cobra vida, pero eso ayuda al nervio óptico para concretarse. Quien aprecia una caricatura animada debe creer que lo que observa realmente se mueve, aunque en realidad se trata de una serie de trazos articulados secuencialmente. La acción de los dibujos animados dejó de representarse de manera figurada mediante viñetas con diálogos y líneas de movimiento en aquellos cuadros que desplegaban sus tramas, la animación, el dibujo en movimiento, amplió y extendió las posibilidades. En el cine y la televisión los fotogramas, descomponen los movimientos reales esto debe entenderse como aquellas capturas de luz, imágenes, que se obtienen bajo un registro analógico y que se proyectan en formas de cuadros por segundo. Actualmente, se puede generar digitalmente capturando un objeto previamente existente y haciendo un proceso de renderización o incluso, diseñando toda una composición creativamente. [96]

De manera técnica, la base para crear un trabajo de animación sería la producción realizando guiones y storyboards, en lo que es posible diseñar a los personajes, sus atributos, perfiles psicológicos, contexto social y cultural, el segundo lenguaje más importante para que pueda articularse dicha narración animada son los instrumentos musicales, ruidos, silencios, pausas, coros, melodías, canciones, servirían de soporte para dotar de sentido a lo que ocurre. Los bocetos ayudarán a construir la narrativa, los paisajes, los personajes, el inicio, desarrollo y desenlace de la trama. El bosquejo ayudará a crear la postproducción de pasar por el diseño a la computadora, generando el producto final en el que se musicalizará y, por último, se publicitará para dar mayor alcance al público.

Algunas compañías independientes tienen a tener varias áreas de trabajo, lo pueden desempeñar una o varias personas para distribuir el trabajo, el director, producción, guionista, arte, diseño, ilustrador, doblaje, animación, comunicación y marketing.

La importancia de crear nuevas expresiones de bienes simbólicos sería el comienzo de las convenciones de aficionados, coleccionistas y fanáticos de la animación, el videojuego y la ciencia ficción. De manera oportuna el documental otaku no Video (1991), obra dirigida por Takeshi Mori de los Estudios Gainax, lo retrata. Considero que los geeks son personas aficionadas a las tecnologías, la informática y la telemática, mientras que los gamers son los artificies del consumo relacionándose con más pasión a los videojuegos, la

[96] Cuenca Orozco David. (2016). *Discursos audiovisuales animados e interactivos: Un diálogo entre la animación japonesa y los videojuegos*. México: Tintable.

tecnología y su desarrollo. Los dos tienen el mismo interés de la tecnología, sin embargo, el geek probablemente estudie profesionalmente ya que el gamer solo se queda en el consumo de jugar el producto cultural. Se podría definir al *Cosplay* como una corriente estética y performativa derivada de la animación japonesa, el manga, los videojuegos, comics, ciencia ficción y videojuegos. En el mundo existe esta afición de disfrazarse de su personaje favorito al grado de caracterizarlo lo más parecido posible copiando trajes, vestimenta, maquillaje, accesorios, movimientos, voces, gestos, gritos, poses y facciones. Esta práctica suele realizarse cotidianamente en reuniones y eventos exclusivos de entretenimiento, donde se llevan a cabo concursos en los que se premia a las caracterizaciones más originales.

La cultura se entenderá como el proceso de continua producción, actualización y transformación de las pautas de significados las cuales son histórica y socialmente transmitidas. La cultura sirve como un conjunto de estructuras de significación que son socialmente establecidas y que sirven para ponerse en común acuerdo entre unos y otros.

Es importante mencionar que la palabra otaku es conocida mundialmente como sujeto aficionado de la cultura japonesa contemporánea, principalmente el anime, manga, videojuegos, el cosplay, el idol, sin embargo, en Japón la palabra sirve para referirse a aquellas personas que desarrollan un gusto y afición obsesiva por cualquier cosa: la cocina, los anteojos, la cristalería, las pinturas al óleo, como consecuencia, suele describirse como nerd, raro, extraño, fenómeno o friki.

El autor aclara que la animación japonesa fue una de las primeras formas de expresión que elaboró temáticas alternativas, en el sentido en que proponía esquemas sociales no convencionales, un ejemplo, la homosexualidad estuvo presente por muchos años en el anime. Sailor Moon (1992), Magic Knight Rayearth (1994) y Ranma ½ (1989), dentro de estas animaciones, sus protagonistas se enamoraban de personas del mismo sexo e incluso podían transformar su género ellos mismos. Estas series llegaron a Latinoamérica con varios años de retraso respecto a Japón y se transmitieron con un alto grado de censura debido a que sus contenidos trataban cuestiones explícitamente eróticas y cuestionaban los roles de género presentes en sociedades occidentalizadas, por no mencionar su alto contenido de fetichismo. La misoginia, el erotismo, la homosexualidad son tratados con naturalidad en estas narraciones. Por encima de estas cuestiones destacaban los valores y sentimientos humanos que pueden ser considerados positivos e incluso grandes preguntas filosóficas.

Los Thundercats (1985) son otro ejemplo de lo anterior. Fueron dibujados por la empresa de medios Pacific Animation Corporation, la cual, posteriormente fuera absorbida por Walt Disney y Animation Japan para mezclar así, los estilos de animación americanos con los japoneses. Este último trabajo estuvo dirigido por el japonés Katshito Akiyama.

Los Halcones Galácticos (1986) fue otra de las caricaturas diseñadas por el mismo estudio japonés de animación. Puede decirse que es la heredera de Los Thundercats porque está diseñada bajo el mismo estilo americano-japonés. Por cierto, que ambas dieron paso, cada una, a un cómic del mismo nombre propiedad de Marvel Comics.

Madhouse, realizó trabajos de esta naturaleza. Ese es el caso de Wolverine (2011), Iron Man (2011), X-Men (2011) y Blade (2011). Por cierto, que el primero de estos audiovisuales se encuentra actualmente doblado al español y disponible para su reproducción dentro la interfaz digital, de la empresa comercial de entretenimiento en línea Netflix.

La animación se vuelve un recurso visual efectivo para narrar múltiples cuestiones afectivas y posibilidades que en otras producciones se realizan con mayores recursos. Por lo tanto, el cine, por ejemplo, empleará la animación para figurar situaciones y personajes inverosímiles o difíciles de capturar de pantalla.

El anime tiene a realizar una especie de mosaicos donde coexisten multiplicidad de roles, personajes, acciones, historias, tiempos, culturas, espacios, géneros, sexos, ideologías y muchas cosas más.

Pretende que un objeto animado conserve su masa, cuando se aproxime a su centro de gravedad y pierda su inercia. Eso quiere decir que deberá dar la sensación de que un cuerpo guarda un cierto peso, así como un volumen definido, lo que ayudarán a consolidar la idea de que dicho objeto que se anima es el mismo antes y después de moverse. Otro recurso es el movimiento secundario. Consiste en hacer desplazar a los elementos que dan a pie a un determinado objeto. Es decir, cuando un objeto cae o se mueve, que bien puede ser un personaje como un superhéroe, los elementos que acompañan su perfil, una capa o el cabello, deberán hacerlo, posteriormente, de manera uniforme. Los loops se trata de bucles que deben terminar justo donde inician, los escenarios de muchas caricaturas animadas están hechos precisamente con la ayuda de este recurso.

Tanto la caricatura como los dibujos animados son medios de expresión capaces de poner en tela de juicio las convenciones socioculturales que dan a pie a la realidad a fuera del propio trazo, justamente por su propio carácter figurativo. Esto podría pasar con los carteles, la propaganda política o la publicidad. Los dibujos animados articulan signos visuales dentro de sus relatos que permiten extenderse hacia otro tipo de producciones, como es el caso de los videojuegos. Éstos últimos retoman los recursos y las técnicas de diseño propias de la animación, principalmente la japonesa, para complementar sus historias y ampliar sus horizontes

El anime tiene muchas aplicaciones que pueden extenderse hacia el diseño editorial, las campañas publicitarias, la gestión de proyectos culturales, las artes digitales, entre otras. Hemos podido observar cómo las tramas de la animación y los videojuegos presentan un

alto grado de hibridación, generando discurso audiovisuales animados e interactivos propios de la cultura contemporánea.

El doblaje de voz en el mismo idioma siempre ha existido, como parte integrante del cine sonoro de cada país, doblaje proviene del uso cinematográfico de la palabra doble, y se refieren muy claramente a la acción de duplicar, de convertir una unidad actoral en dos, hacerla doble. El doblaje y el doble pertenecen a una misma unidad, una es visual y la otra sonora, ambos forman la unidad del personaje. El doblaje es el diálogo de escenas grabadas por medio de una actuación en sintonía con las imágenes en movimiento en el que un actor interpreta a su estilo propio la sincronización de la voz, labios, ritmo adecuando las palabras en una pantalla proyectada, traduciendo y representado a un personaje.[97]

El doblaje mexicano es una industria reconocida en Latinoamérica cuyos actores de voz han interpretado series, películas, telenovelas, documentales y series animadas y realizan su versión en español latino, incluso las empresas extranjeras buscan a la industria mexicana para influir en el consumo de los productos culturales que van dirigidos al cine, a la televisión y al streaming. La calidad de los realizadores ha llegado a mantener un prestigio único convirtiendo al público en espectadores consumidores de fácil acceso a la obra.

La palabra fandub o fandoblaje hace referencia al doblaje no profesional por parte de un grupo de aficionados, de material audiovisual como películas, series de televisión o canciones, cambiando el idioma original por la lengua de su comunidad. Su consolidación se da en la interpretación musical o series de animación mientras que el fansub se refiere aquellos videos, películas o series que son traducidas al idioma sin autorización de los propietarios originales del autor, aunque dan siempre el crédito, sin ánimo de lucro y de una buena calidad en la traducción. El fan art comúnmente usado por aquellas personas que dibujan e ilustran una serie, un manga, comic, videojuego, libro de un artista generando nuevas interpretaciones, diseño y narraciones esto hace que, se reproduce fácil al autor original, aunque todas estas obras son derivadas y su distribución es ilegal ya que es sin consentimiento del autor.

[97] Nájar, Salvador. (2008). El doblaje de voz Orígenes, personajes y empresas en México. Mexico: academia.edu www.salvadornajar.com.

CAPITULO 5. ESTUDIO DE CAMPO

5.1 Como se crea una historia: análisis de la película Haru en el reino de los gatos.

Christopher Vogler se basó en las categorías de Joseph Cambell sobre el viaje del héroe. A partir de esta teoría se realizará un análisis de una película *Haru en el reino de los gatos* como se conoce en Latinoamérica para identificar las distintas etapas de manera que estos conceptos sean más claros y precisos, entonces se abordará a modo de conclusión el rito de iniciación sobre el mensaje de la película.

Haru en el reino de los gatos (2002) (*Neko no ongaeshi*, titulo original en japonés), dirigida por Hiroyuki Morita, Es una historia fantástica llena de aventuras nos introducen en un mundo sorprendente, una chica llamada Haru cuya suerte cambiara cuando un día, al volver del instituto, salva a un gato de ser atropellado por un camión, era el Príncipe del Reino de los Gatos. En recompensa por su acción es invitada a pasar un tiempo en el reino adentrándose a un mundo distinto al suyo descubriéndose a sí misma.

El propósito del siguiente análisis pretende analizar las categorías de Joseph Cambell en la película *Haru en el reino de los gatos* de Studio Gihbli, es importante mencionar a Chistopher Vogler en su escrito *El Viaje del Escritor,* quien retoma las categorías de Josep Cambell, acerca de las doce etapas que tendrá que pasar el héroe.

Vogler, señala de manera contundente que Hollywood ha adoptado muchas ideas de Joseph Cambell y que se han basado distintos escritores, productores, directores que han acoplado sus proyectos para la realización de historias. El mito del héroe, Cambell descubre que todos relatan la misma historia, que se cuenta una y otra vez, siempre inconclusa y recurrente en sus infinitas variaciones, este modelo del viaje del héroe tiene un alcance universal que ocurre en todas las culturas y todas las épocas. El héroe abandona su entorno común y cotidiano para embarcarse en una aventura que habrá que conducirlo a través de un mundo extraño plagado de desafíos, podrá ser un laberinto, un bosque, una gruta, una ciudad o un país extraño. A continuación, explicaremos las doce etapas que conforma el viaje del héroe.

La primera etapa es el mundo ordinario para situarlo en uno nuevo totalmente ajeno a él.

La segunda etapa es el llamado a la aventura, en donde el héroe se enfrenta con un problema, un desafío o aventura que debe superar, una vez llamado a la aventura, el protagonista no podrá ya permanecer en tranquilidad de su mundo ordinario. La llamada a la aventura establece las reglas del juego, plantea la contienda y define el objetivo del héroe, que podría hacerse de un tesoro o un amante, obtener venganza o enderezar las cosas, alcanzar un sueño, enfrentarse y superar un reto, o cambiar una vida.

La tercera etapa es el rechazo de la llamada (el héroe reticente), es una cuestión que tiene que ver mucho con el miedo, ya que se muestra renuente. Después de todo, se enfrenta con el mayor de todos sus temores, el miedo a lo desconocido. El héroe todavía no se ha comprometido por completo con el viaje y puede que esté pensando en echarse atrás. Será necesaria alguna influencia externa, un cambio en las circunstancias, una ofensa mayor contra el orden natural de las cosas, o el encuentro con un mentor para que logre superar en este instante, el miedo absoluto y paralizante.

El encuentro con el mentor es la relación de éste con el héroe, es uno de los temas más comunes dentro de la mitología y uno de los más ricos en el plano simbólico. El mentor puede adoptar la forma de un mago anciano y sabio, un duro sargento entrenador. La función del mentor consiste en preparar al héroe para que se enfrente a lo desconocido, puede darle consejos, servirle de guía o proporcionarle pócimas mágicas. Sin embargo, el mentor no podrá acompañar al héroe hasta el final del viaje, tarde o temprano también deberá enfrentarse a lo descocido en completa soledad. En ocasiones será necesario que el mentor empuje al héroe para que dé comienzo la aventura.

La siguiente etapa es la travesía del primer umbral, es cuando una vez que ha superado sus miedos, toma la determinación de afrontar el problema y pasar a la acción. Ahora está comprometido con el viaje y ya no puede dar marcha atrás.

La quinta etapa son las pruebas, los aliados y enemigos aparecen una vez traspasado el primer umbral, el héroe encuentra a su paso natural y progresivamente, nuevos retos y pruebas, hallando en su camino aliados y enemigos, y poco a poco asimila las normas que rigen ese mundo especial.

La sexta etapa es la aproximación a la caverna más profunda es cuando el héroe se transporta al lugar que encierra el máximo peligro, que a menudo se encuentra bajo tierra, donde se esconde el objeto de su búsqueda. Suele tratarse del cuartel general del mayor enemigo del héroe, el enclave más peligroso del mundo especial, su caverna más profunda. La aproximación engloba, por tanto, todos los preparativos a la entrada en la caverna más profunda y el enfrentamiento con la muerte o un peligro supremo.

La séptima etapa es la odisea (el calvario), la fortuna del héroe toca fondo y es hora de que se enfrente directamente con quien más teme. Se enfrenta a una muerte posible y da una batalla hostil. La odisea al calvario constituye un momento de tensión en el espectador. Se trata de un momento crítico en la historia no se sabe si el protagonista de la historia vencerá o morirá, es una odisea en la que el héroe debe morir, para poder renacer nuevamente. Lo que le sucede a nuestro héroe, nos sucede a nosotros.

El noveno es la recompensa cuando el héroe toma su posesión del tesoro más preciado. Habiendo sobrevivido a la muerte, vencido al dragón o matado al Minotauro, el héroe y la audiencia tienen motivos para el festejo y al fin obtiene lo que más quería, la recompensa.

El décimo es el camino de regreso, es cuando el protagonista empieza a vivir las consecuencias de su enfrentamiento con el mal. Realza la firme decisión de regresar al mundo ordinario. El héroe cae en la cuenta de que es necesario dejar atrás el mundo espacial, aunque todavía le aguardan otros peligros, tentaciones y pruebas.

La onceava etapa es la Resurrección en la que tendrá que renacer y purificarse, transforman al héroe, es decir, la muerte y el renacimiento del protagonista, donde regresa a su vida ordinaria anterior convertido en un nuevo ser con nuevas miras.

Por último, en el retorno con el elixir, el héroe regresa al mundo ordinario. Vuelve de su viaje a casa con algún elixir, tesoro o enseñanza desde el mundo especial. Si bien, puede ser el amor, la libertad, la sabiduría o el conocimiento de que ese mundo especial existe, otras veces puede simplemente consistir en regresar a casa con una buena historia que contar. Vogler afirma que a menos que se regrese de la odisea en la caverna más profunda con algún trofeo o el elixir más preciado el héroe está condenado a revivir la aventura hasta que exista un final.[98]

Vogler, a partir de la teoría de Joseph Cambell, mencionaremos cada escena en la película *Haru en el reino de los gatos.*

Al inicio de la película muestra una frase muy peculiar: "Si te encuentras preocupada por algo misterioso o tienes un problema de difícil solución existe un lugar donde puedes ir, un lugar donde"

En el mundo ordinario son: los atributos de nuestro personaje. Haru Yoshioka es una chica desordenada, le cuesta trabajo levantarse por las mañanas, lo que provoca que llegue tarde a la escuela y se rían de ella, ella vive sola con su mamá, es torpe, distraída, tímida, insegura, se muestra interesada en un compañero de la escuela que tiene novia, no se siente atractiva, acepta todo lo que otros le digan, no tiene una voluntad propia, tiene miedo al rechazo.

Se podría decir que el llamado a la aventura comienza cuando salva al gato de ser atropellado por un camión, el felino se levanta y le empieza hablar con la chica de forma fluida, expresando su gratitud de ser salvado. "Los gatos puede hablar" - pregunta su mamá y ella contesta que cuando era pequeña podía hablar con los gatos, se hace una regresión de su pasado y que cuando era una niña paseaba en una calle y detrás de ella apareció un gatito maltratado, le dio de comer a una gatita blanca unas galletas en forma de pescado, maullando de felicidad disfruto de la comida. La mamá realiza una pregunta ¿" Recuerdas que te pregunté de qué hablabas con el gato? Y me contestaste ": me ha dicho que es duro sobrevivir en este mundo".

[98] Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor*. Barcelona: Robinbook.

Este llamado a la aventura comienza cuando, en la noche, muchos gatos aparecen y empiezan a maullar, unas luces aparecen en el vecindario y en una fila aparecen en forma de procesión varios felinos. El rey del reino de los Gatos, el Rey Gato vino a dar su gratitud por salvar a su hijo. Lune su sirvienta le entrega un pergamino diciendo que innumerables cosas alegres sucederán.

Al otro día, piensa que no fue un sueño, su amiga le habla por teléfono reclamando de quien le había hecho semejante cosa afuera de su departamento, miles de raquetas con el que salvo al hijo del Rey Gato estaban en la entrada de su casa, sin antes estornudar fuertemente y limpiándose con un pañuelo. Haru, al salir de su casa se percató que al salir de la entrada había plantas, colas de gato que crecieron en su patio, por lo que ella empezó a correr mientras varios gatos la seguían hasta la escuela, al llegar abre la gaveta y con sorpresa hay miles de cajas llena de ratones como si fuera un regalo. En el salón de clases abre el pergamino, pensando que efectivamente no era un sueño.

Existen varios indicios que establecen las reglas del juego, todo con un propósito, ya que se enfrentará retos y un cambio significativo de vida, desde el rescate del príncipe hijo del Rey de los Gatos, y los innumerables regalos entregados por los gatos a ella. La entrega del pergamino es la invitación al llamado a la aventura.

El rechazo al llamado se puede percibir cuando se encuentra con un felino muy particular de alegre sonrisa, él le dice que cómo una señorita tan hermosa tiene problemas, ella se entusiasma del comentario del gato, aunque recordó que no le gustan las colas de gatos, ni la hierba de gatos, ni mucho menos los ratones zarandeándolo, le hace una invitación para que vaya a visitar el reino de los gatos, diciendo que existirá mucha naturaleza y buena comida y que todo el reino le dará la bienvenida y esperando que el Príncipe Lune, a quien salvó, aceptó comprometerse ser su prometida, ella tiene una reacción de sorpresa, pero inmediatamente piensa en voz alta diciendo que puede ser el paraíso, para comer cosas deliciosas todo el día, nada más vagueando por ahí y luego echarse una siesta olvidándose de los problemas, no sonando tan mal, la sirvienta explica que regresarán por la noche, Haru le dice en voz alta que espere, pero tropieza y cae cuando se levanta se pone a pensar bien las cosas, se asusta y cambia su estado de ánimo, se pone nerviosa, pensando si de verdad la llevarían al reino de los gatos y la convertirían en la prometida del Rey de los Gatos, empieza a gritar, a desesperarse y decir que ya no es una buena idea.

Continúa la historia con una voz que le susurra a Haru, le indica que vaya a la Oficina de Asuntos del Gato, en un cruce, ahí le dirán como llegar, ella rechaza ese llamado, nunca había oído hablar de aquella oficina, pero su curiosidad hace que vaya al lugar destinado, mientras buscaba empezó a cansarse, se dirigió a una silla y en ese momento, sin querer, se sentó en la cola de un gato blanco robusto, inmediatamente, de forma irónica, comenta en voz alta que dónde estaba la Oficina y él no contestó, ella se va retirando y el gato le habla diciendo que lo acompañe, Haru lo sigue por los tejados de las

casas trepando por ellas, camina arriba y abajo en callejones y calles. Se encuentra con una entrada con un arco y columnas, a simple vista es mucho más pequeño en proporción, pequeño y extraño, encima de una torre hay un ave petrificada hecha gárgola, observa al gato Blanco que llega a una casa y saca del buzón un periódico que comienza a leer y se sienta en una silla, Haru le pregunta que en dónde se encuentra la Oficina, ya que reniega que no quiere ir al Reino de los Gatos.

El encuentro con el mentor se observa en una ventana, se mira un gato vistiendo elegantemente, con un bastón, sombrero de copa, y lleva unos guantes, la observa con esos ojos luminosos, ella se retira un poco abrumada y se da cuenta que una luz brillante aparece reflejando la casa y toda la ventana, el gato blanco contesta agitadamente que tiene visitas, cuando abre la puerta ese felino le da la bienvenida a la Oficina de Asuntos del Gato, comenta que es un mundo para seres con alma y cuando la gente crea algo de todo corazón y llenos de esperanza, le dan alma a la creación, entonces, un ave empieza a cobrar vida en la columna, antes era una estatua, ahora cobra vida el cuervo. Con reclamo dice que es raro que tenga una visita, Barón con seguridad dice: sí, muy atractiva ¿No crees? Se presenta adecuadamente, él es Barón Humbert von Gikkkingen la persona que lo creó le dio su nombre.

Muta Gato Blanco, interpreta que no deberías estar molesta, no mezclará los asuntos de los demás. Aunque el cuervo Toto reclama de que se puede apreciar la bondad en quién salvó a un gato, interrumpe Barón le enseña que por favor entrara a la casa que es muy pequeña para Haru. Explica Muta que todo el reino de los gatos es un engaño, un lugar para aquellos que no tienen personalidad propia. Barón convence a Muta de quedarse si le invita un pedazo de pastel de merengue que se encuentra cerca de una mesita

Haru: Parece que todo es divertido y con exclamación ella quiere ayudar cuando empiezan a comer. Barón le da una lección Haru tienes que pensar sobre eso, como puedes aprender a ser tu misma, entonces no tendrás nada que temer, contesta entusiasmada que a lo mejor encuentra algo por aquí.

La travesía del primer umbral es cuando tocan a la puerta y Haru se dispone a abrirla, para sorpresa el gato sirviente le dice que vienen por ella, y un montón de gatos la rodean, la capturan y se la llevaron, abren distintos portales mágicos y es cuando a lo lejos una huella de gato que rodea un lago se observa la entrada al mundo mágico de aquel reino, una vez ahí se ve un palacio alrededor se forma un lago hermoso. Todos los habitantes viven en pequeñas casas con hierbas y plantas de Gato ella se recuesta y descansa en la pradera. Una gatita blanca con moño rosa le dice que no tiene sentido y debe salir de ahí. Vemos que Haru toma la determinación de afrontar el mundo mágico y pasar a la aventura comprendiendo el viaje sin dar marcha atrás.

En esta categoría de las pruebas, los aliados y los enemigos a lo largo de la historia podemos observar cómo se les va presentando a Haru.

La mensajera del Rey invita a Haru al castillo, él insiste en que se debe casar con él príncipe, por supuesto reclama que no puede, sencillamente porque no es un gato y como por arte de magia ahora tiene unas lindas orejas y cola de gato, trata de escapar y ve a Monta atrapado en una jarra de gelatina y se pone demasiado triste entonces el Rey la trata de animar haciendo pasar a los súbditos para que la entretengan y sobre todo la animen, el Rey es un despiadado cuando el espectáculo no es de su agradado los lanza por la torre dejándolos caer fuera del palacio. Ningún gato se atreve a pasar al frente excepto el misterioso felino del antifaz, la saca a bailar para animar a la pequeña diciendo que confié en él, empieza un baile hermoso en el salón. Haru piensa que no tiene nada de malo ser un gato, Barón replica que no se pierda, "debes aprender a ser tu misma", le crece ahora unos bigotes de gato.

Descubren su identidad, con valentía advierte que viene a rescatarla y ocurre una feroz batalla, entonces, la gatita blanca que es parte de los sirvientes del palacio hace una advertencia, que si se marcha antes del amanecer todavía puede convertirse en humana. Ella es una aliada que desea ayudar Haru y el enemigo es, sin duda, el Rey Gato se observa quienes son los aliados y enemigos de Haru.

La gatita blanca la guía a un pasaje secreto para poder escapar, debiendo ir a la cima del castillo e ir hasta una torre para escalarla y de ahí llegar a su mundo humano. Ahí es siempre de día y no se sabe cuándo oscurecerá, entonces, milagrosamente salen de una parte del castillo y ahora empezará una prueba más, entrar y salir de un laberinto, al ingresar el camino es muy complicado, sin saber a dónde dirigirse, ahora el ejército del Rey Gato pretende alcanzarlos para poder capturarlos, Barón, Muta y Haru no encuentran la salida y ella misma se percata que hay algo extraño en los muros y cree que es falso en uno de los muros, se lo comenta a Barón y patea fuertemente, como fichas de dominó caen de una en una, hasta que encuentran la salida, le da gracias a Haru porque fue quien supo que era una pared falsa.

Las pruebas, los aliados y los enemigos, nuestra heroína se encuentran con diversas pruebas que debe atravesar de forma natural, con aliados y enemigos, Barón, Mota y la misteriosa Gatita que posteriormente es Yuki ayuda progresivamente enfrentar los nuevos retos, asimilando las normas que rigen ese mundo mágico que es el Reino de los Gatos, como metáfora visual el laberinto se puede representar del como iniciar con algo y como salir de él, resolver los problemas que te da la vida.

La aproximación a la caverna más profunda es el lugar donde encierra el máximo peligro un enfrentamiento con la muerte o un peligro supremo inmediatamente sucede, cuando todos suben las inmensas escaleras, el ejército del rey Gato pretende arrestarlo, pero caen ridículamente a un precipicio. Haru, ya no puede más, Barón menciona que no debe rendirse y carga a Haru subiendo por las escaleras de la Torre, la pequeña observa al encantador felino, crece nuevamente los bigotes de gato cuando ve fijamente a Barón y se ruboriza en demasía. El Rey Gato usa un explosivo para derribar la torre y todos ellos caen

hasta el último piso parecería que todo está perdido para nuestros personajes lo dicen "aunque haya una piza de esperanza nunca es demasiado pronto para rendirse". Es cuando los sirvientes del Rey rodean a nuestros aliados, en ese momento el Hijo del Rey Lune asombrado hace su aparición y que esto debe parar, el príncipe da una sorpresiva respuesta de que quiere casarse con Yuki con la famosa gatita blanca entregándole un regalo envuelta en un moño rojo, adentro hay unas galletas en forma de pescado y recordaba su antiguo hogar, Haru le comenta que es tan bonita que no la había reconocido, el preciado regalo es el símbolo de casamiento, mientras tanto Lune el príncipe del Rey de los Gatos y Yuki agradecen a Haru por salvarla de hambre y de no ser atropellado. Podemos averiguar una forma simbólica de responsabilidad hacia los felinos.

La Odisea (el calvario) se enfrenta con lo que más teme y cambiara el destino de nuestro personaje, ocurriendo algo inesperado, el Rey Gato al ver que su hijo rechaza a Haru ahora quiere casarse con ella, sin embargo, se niega rotundamente. Renaldo Moon (Muta) asombrado ayudará a Haru por su determinación en contestarle al Rey Gato; se revela el pasado, el famoso criminal que devoro todo el pescado y el lago, fuertemente exclama que admira a una mujer con personalidad propia. La torre principal que conecta al mundo ordinario Lune se enfrentará con su padre el Rey de los Gatos y poco a poco está amaneciendo, aunque no se perciba en el reino, Mota sujeta a Haru y la trata de lanzar por encima de las escaleras emprendiéndose a correr. Se piensa en su mente que no estaba equivocada en salvar a un gato, sentirse pérdida y abatida fue todo parte de descubrir quién era, mientras tanto una batalla entre Barón y el Rey Gato sucede, destrozando una gema en la frente de él y prácticamente desviste el pelaje del rey y lo desnuda. El rey dice que había oído hablar de una estatua de un gato que no se preocupa de sus propios asuntos, no es más que un adorno de una ventana en un oscuro callejón, aunque él es bastante feliz con su actual forma de vida.

La recompensa se da en la Torre, al estar destruida, Haru trepa a lo más alto y poco a poco se convierte en humana, siente que se va caer, sin embargo pierde el equilibrio, Muta la sostiene para que no se caiga al vacío pero la tensión se hace al espectador cuando está a punto de caer, Barón se lanza por ella, pero es necesario dejarse caer, le indica que abra los ojos y confié en él, para que se eleven por los aires, así pudieron observar el amanecer que tanto se temía, una parvada de cuervos ayudan al aterrizaje, Toto fuel rescatador junto con sus amigos llegando a salvo a su colegio y al fin el regreso a casa. Al fin ya se tiene motivos de festejo de la audiencia se puede tranquilizar.

Haru con firmeza le dice que tiene una cierta atracción hacia él, con sinceridad Barón contesta con amabilidad que admite su sinceridad, cuando realmente los vuelva a necesitar tendrá siempre la puerta abierta y se despide de Haru alejándose con Mota y el cuervo. El camino de regreso, la decisión devolver al mundo ordinario, dejar atrás el mundo mágico del Reino de los Gatos aguardando otras pruebas para el futuro de nuestro personaje.

La Resurrección tendrá que renacer y purificarse transformando a Haru regresando a su vida ordinaria convertido en una nueva persona un nuevo ser ha renacido.

El retorno con el elixir el héroe regresa al mundo ordinario. Vuelve de su viaje a casa con una enseñanza desde el mundo mágico del Reino de los Gatos, nos damos cuenta en el cambio repentino del personaje, porque al otro día se despertó de nuevo en su casa, la recamara se encuentra en orden, se levanta muy temprano en domingo, se prepara el desayuno y a su mamá, lee el periódico, esta de forma ordenada, la madre se sorprende por el cambio de repentino, un té ingles en la tetera, huevos y ensalada, y Haru con voz decidida da una frase que significa la enseña de su viaje "es la mezcla especial de Haru es diferente cada vez , así que no te garantiza como sobra". Surgió un cambio significativo, ahora es más tranquila ya no se altera de la noticia de su amiga cuando el chico que le gusta ya no lo toma de forma alterada cierta naturalidad y paciencia sin importar lo demás, su amiga también se sorprende, es atenta y no es descuidada en la calle algo cambio en su vida.

En modo de conclusión podemos comentar sobre el rito de iniciación, es el aprendizaje que lleva Haru, nuestro personaje principal de la historia, el camino de nuestro héroe es aprender a ser uno mismo, una identidad propia, responsabilidad, nunca rendirse ante las adversidades, enfrentarse a los miedos porque se sentía abatida y perdida todo para descubrirse y preguntarse quién soy, si te pierdes en el trayecto podrías volver a caer en el Reino de los Gatos y ser igual a los demás.

Es interesante que el viaje del héroe se repita constantemente al relatar las historias no importando si es una serie de animación japonesa, una serie de televisión, en el cine o incluso en telenovelas.

5.2 Análisis de contenido

La popularidad del método del análisis de contenido se basa en su eficacia para analizar los contenidos mediáticos, con aplicaciones tan concretas como cuantificar el número y tipo de anuncios publicitarios emitidos en un medio audiovisual o publicado en un periódico.

La investigación moderna se ha dedicado a realizar tareas de clasificar, ordenar, cuantificar e interpretar los productos evidentes de la conducta de los individuos o de los grupos. El análisis es la actividad de convertir los fenómenos simbólicos registrados, en datos científicos, el poder describir los elementos de ciertas conductas con el objeto de producir material simbólico para registrarlo y analizarlo adecuadamente, planteamos preguntas, aquellas que son relevantes y que estimularan la conducta verbal del interlocutor, dicho producto simbólico que revela algo que trasciende. Debemos agregar que no será la intuición ni el impulso subjetivo del investigador lo que revele el verdadero significado, el auténtico valor del material significativo será revelado por el análisis cualitativo, que permitirá descubrir el sentido integrado de los símbolos.

El siguiente paso, el investigador y ha logrado un conjunto de materiales cualitativos, procedentes de registros de conductas, deberá clasificar el contenido en categorías apropiadas para describirlo de forma ordenada y metódica. El proceso de clasificación es denominado análisis de contenido o codificación.

Podemos definir el análisis de contenido como una técnica de investigación cuya finalidad es la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación o de cualquier otra manifestación de conducta.

Pueden considerarse tres usos del análisis del material simbólico: la primera es *medir la opinión pública mediante encuestas por muestreo*, aplicando las mismas preguntas a muestras comparables de población para detectar cambios de opinión, un ejemplo, fue al realizar un estudio sobre las consignas empleadas en la Unión Soviética y se encontraron que los temas habían cambiado a lo largo de varios años, pasado del empleo de símbolos revolucionarios universales al empleo de símbolos revolucionarios nacionales.

Los estudios de tendencia sirven para evaluar las contribuciones sociales a los medios de comunicación, sin embargo, suelen ser acusados de tendenciosos o frívolos, pero pueden revelar objetivamente la tendencia del medio.

El segundo es *comparar medio o niveles de comunicación*, estos estudios son de gran interés en el comportamiento social e individual en la influencia de los medios de comunicación genera modelos de comunicación verbal y comportamental entre la población o entre ciertos sectores impactados por los ídolos del espectáculo. Un ejemplo fue analizar el papel de los diferentes diarios de Baltimore en las relaciones internacionales

en la ciudad, mediante el seguimiento de un joven negro acusado de asesinato, antes y durante su procesamiento, se encontraron entre los diarios de tendencia blanca y negra categorizando las manifestaciones periodísticas en favorables, desfavorables y neutras.

El Tercero, es *mejorar métodos de investigación técnica*, mediante análisis de contenidos de diversas entrevistas, buscando en ellas contenidos simbólicos, sutiles, gestuales, de los actores se podrían deducir consecuencias muy útiles para la investigación.

Es interesante detectar técnicas de propagandas, por la naturaleza del contenido, se puede revelar la forma en que ésta influye sobre el público se puede revelar estrategias para implementar determinadas actitudes en colectivo, medir la legibilidad de los materiales de comunicación, descubrir aspectos estilísticos en comunicación escrita o audiovisual.

La interpretación del contenido está orientado a la búsqueda de conocimientos sobre el sujeto productor del material, en ocasiones el investigador. no tiene acceso al autor del material simbólico, pero si puede identificar las intenciones e incluso las características de los autores de la comunicación verbal o conductual, determinado el estado psicológico de un individuo o grupo, obteniendo la información estratégica analizando las manifestaciones, movimientos, negocios o cualquier forma que ayude la investigación.

Lo atrayente del análisis de los fenómenos simbólicos que deben ser convertidos en datos medibles que puedan ser tratados científicamente y construir con ellos un conocimiento, con la única finalidad, es crear datos que sean objetivos (centrados en la verdad), susceptibles de medición y tratamiento cuantitativo o cualitativo, significativos o explicativos de un hecho o generalizables para facilitar una visión objetiva del hecho.

El primer paso es el análisis de explicitar las variables, pero a su vez, dentro de cada variable puede haber categorías, el tratamiento cuantitativo de materiales simbólicos, requiere la especificación clara de la unidad de medida, pero el sistema de categorías que formamos con las variables no sólo depende de la unidad de medida sino también la existencia de relaciones entre las categorías, así, que podría ser numérico, ordinal o dicotómico esto quiere decir, que utilizar criterios de medidas adecuados podrá realizarse un buen análisis para adaptarse al contenido empírico que se trata de analizar, utilizar criterios de medida adecuados adaptando las características socio culturales que van dirigidos.

Como resumen, debemos decir que el análisis de contenido es una técnica de investigación cualitativa que pretende convertir fenómenos simbólicos de conducta en datos científicos. Los datos científicos deben ser objetivos y reproducibles, susceptibles de mediación y cuantificación.[99]

[99] Martín, R. (2010). Análisis de Contenido. abril 2, 2020, de slideshare Sitio web: https://es.slideshare.net/rrepiso/anlisis-de-contenido-6413212

Como señala Pérez Serrano, diseñar una estrategia de actuación sin un modelo conceptual previo nos llevaría a una interpretación y posterior análisis de los datos un tanto dudosa y posiblemente imprecisa.[100] Cada paradigma defiende una concepción diferente de lo que es la investigación, cómo y qué investigar, se entiende por paradigma al conjunto de creencias y actitudes, a una determinada visión del mundo, compartida por un grupo de científicos que implica metodologías determinadas.

El modelo cualitativo surge como alternativa al paradigma racionalista, estos planteamientos proceden de la antropología, la etnografía y el interaccionismo simbólico, esta corriente ha recibido diversas denominaciones como paradigma cualitativo, metodología cualitativa, interpretativa etnográfica, entre otros. El análisis puede ser utilizado en la educación.

Las características generales de la investigación cualitativa es cuando el investigador filtra los datos desde una perspectiva subjetiva, se requiriere de una autoconciencia, examen riguroso, reflexión continua y análisis recursivo. Es un método para generar teorías o hipótesis, la base es la intuición y en los aspectos artísticos del producto. La investigación es de naturaleza flexible, evolucionaria y recursiva, el diseño es emergente, se va elaborando a medida que va avanzando la investigación, cuando se encuentren desajustes importantes se puede incluso replantear el problema, adoptando las modificaciones que se consideren oportunas. La metodología cualitativa se basa en categorías a cada uno de los elementos de las variables investigadas.

Este paradigma de investigación ha tenido bastantes críticas por parte de los defensores de la metodología positivista diciendo que es subjetiva, contiene sobrecarga de valores del investigador, no se puede replicar, tiene poca flexibilidad, tiene poca validez externa, las conclusiones no son generalizables, adolece de exactitud y precisión, es poco rigurosa y asistemática. Sin embargo, los defensores de la investigación de corte cualitativo argumentan que los objetivos de sus investigaciones son diferentes a las investigaciones cuantitativas, pero que si tienen igual valor que éstas.

El concepto de análisis es la descomposición de un todo en sus partes., esta separación puede ser, materia en caso del análisis químico o ideal en caso del análisis de un concepto, en el primer caso el objeto analizado sufre una descomposición real en sus partes, en el segundo esta separación sólo en la mente analizador. El concepto de análisis en la metodología científica lo utiliza cualificando su tipo y características. Existen distintas acepciones más conocidas del término son las siguientes:

- Análisis medico: consiste en el conjunto de los diferentes exámenes químicos, bacteriológicos, que la medicina requiere diagnósticos.

[100] López Noguero Fernando. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. Revista de Educación, 4, 167-179.

- Análisis químico, físico, geológico: referidos a la totalidad del método analítico peculiar a cada una de estas ciencias, como a la acción y efecto de analizar datos concretos desde su particular punto de vista.
- Análisis gramatical: se basa en la descomposición de la proposición en sus partes constitutivas. El análisis lógico consiste en la frase y en las proposiciones que la integran.
- Análisis matemático: es la manera de resolver las cantidades que se buscan para desarrollar las consecuencias de la hipótesis y llegar a algún resultado matemático que será conforme o contrario a otros hechos matemáticos ya demostrados, así mismo existen otros como el análisis armónico (centrado en las funciones periódicas), combinatorio (basado en el cálculo de probabilidades), indeterminado, infinitesimal, simbólico, vectorial.
- Análisis de encuestas: a diferencia del análisis estadístico-demográfico, el llamado análisis de encuestas trabaja fundamentalmente sobre datos muéstrales para la mejor comprensión de la complejidad, distribución e interdependencia de variables dicotómicas o continuas.[101]

El investigado debe darse a la tarea de recopilar la mayor fuente de datos posibles desde los documentos impresos que van desde libros, artículos o periódicos que tienen un carácter verbal sin descuidar su valor grafico o numérico, en ese sentido van de la mano las revistas profesionales, memorias, anuarios, tienen los datos estadísticos una importancia ineludible, así como los documentos de carácter icónico y sonoro, las fotografías, diapositivas, discos, la televisión, el cine o el vídeo.

Fernando López, menciona que el texto o discurso grabado no son sólo huella dejadas por las personas sino instrumentos privilegiados para estudiar los cambios a través del tiempo, puede ser copiado y compartido con otros investigadores y utilizado tantas veces como se quiera, la única desventaja es que los textos vitales no son accesibles ni están disponibles, pero al recopilar de manera seleccionada se debe someter a un cuidado estudio para obtener la información que deseamos en el que sin duda alguna podamos averiguar los valores, patrones culturales y actitudes ante los problemas del hombre y de la sociedad que se hallan vigentes en cada momento.

Los métodos de análisis de documentos son muy variados como en la sociología de la Educación, se estudia con detenimiento algunos documentos extensivos y recurren aspectos cuantitativos, se procura colocar el documento en su contexto, es necesario interpretar los hechos, así como los aspectos sociales, políticos, económicos, culturales, científicos, tecnológicos permitiendo descubrir el valor del mensaje y el impacto que puede ejercer. La crítica interna se centra en una interpretación personal y subjetiva, en la intención e intuición del investigador. Por su parte, los denominados métodos cuantitativos

[101] López Noguero Fernando. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. Revista de Educación, 4, 167-179.

se preocupan menos de la unidad de sentido y más de ofrecer cifras en torno a unidades significativas obtenidas de la documentación básica. Para conseguirlo se seleccionan determinadas palabras o frases. De esta forma, será su frecuencia de aparición lo que sirve de base en las conclusiones y se infiere fácilmente el tratamiento estadístico, es decisivo en el método cuantitativo de análisis de documentos ya que sus ventajas son más objetivas e independientes, puesto que están menos sujetos a interpretaciones subjetivas, permiten el trabajo en equipo.

El análisis de contenido como técnica de investigación se pretende analizar las ideas del texto siendo el significado de las palabras, temas o frases lo que intenta cuantificarse.

La metodología basada en la deducción, la interferencia, descubriendo el esfuerzo de la interpretación, esta técnica se constituye en un instrumento de respuesta a esa curiosidad natural del hombre por descubrir la estructura interna de la información, intentan objetivar y convertir en datos los contenidos de determinados documentados o comunicaciones para que se puedan ser analizados y tratados de forma mecánica.

El análisis de contenido está cobrando especial relevancia en lo que se refiere a la medición de la motivación. El procedimiento se basa en el supuesto de que las respuestas verbales de un sujeto, ante muchas situaciones, proporcionan información acerca de sus motivos, se sitúa en el ámbito de la investigación descriptiva, pretende, sobre todo, descubrir los componentes básicos de un fenómeno determinado extrayéndolos de un contenido dado a través de un proceso que se caracteriza por el intento de rigor medición. El análisis de contenido conviene subrayar que es la técnica más elaborada y la que goza de mayor prestigio científico en el campo de la observación documental.

La primera tarea del investigador científica debe llevar a cabo en observar y registrar, y lo que se considera como dato. Se debe tomar como unidad de análisis de base gramatical concretamente de frases y párrafos, sino aquellas que deban tener relación con el tema a investigar, la unidad de análisis quedaba configurada de la siguiente forma:

- Unidad de registro: frases y párrafos.
- Unidad de contexto: texto de autores y disposiciones legales nacionales y autonómicas.
- Unidad de enumeración: existencia o no de tema relativo a las categorías que explicitamos.

Una vez que contamos con el material, la tarea previa fue designar todos los textos y disposiciones normativas con un número ordinal, para su identificación constante desde el principio a fin de evaluación, clasificación y elaboración según recomiendan los autores más prestigiosos en este campo de investigación.

Se utiliza el método de fiabilidad, el denominado por Krippendorf,[102] que también se le dice fiabilidad entre los codificadores, acuerdo intersubjetivo o conceso logrado por los observadores.

El análisis de contenido es objetivo. Esta exigencia es fundamental para la investigación científica, una vez que implica la descripción clara de los criterios adoptados de clasificación de las variables. Se trata de, impedir toda y cualquier intervención subjetiva, características personales o diferencias individuales en la descripción de los fenómenos que puedan existir entre los analistas o codificadores, permitiendo que los mismos criterios operativos puedan ser reproducidos por otro grupo de investigadores obteniendo los mismos resultados en otras investigaciones.

El análisis de contenido es sistemático: Implica que los contenidos o mensajes seleccionados para el análisis deben explicitar sistemáticamente las reglas en el proceso de codificación aplicadas, utilizando con fidelidad uniforme un único sistema de evaluación.

El análisis de contenido es cuantitativo: Cuantificar es una característica peculiar del análisis de contenido. Esa tercera consideración permite que en un estudio de análisis de contenido viabilice la clasificación sistemática de una gran cantidad de material ordenada minuciosamente por categorías convirtiéndola en una serie de datos numéricos susceptibles de ser tratados de forma estadística y, a partir de ese conjunto de cifras se obtendrán los resultados esperados. [103]

5.3 La investigación cualitativa: el análisis de contenido en la investigación educativa.

La investigación de las ciencias sociales coexiste tres tradiciones: las ciencias empírico-analíticas que constituyen el segmento más influyente y que configuran la tradición derivada del positivismo lógico. La investigación simbólica o lingüística, también llamada corriente comprensiva interpretativa y por ultimo las ciencias críticas que pueden considerarse un paradigma que contienen presupuestos relativos al mundo social, escolar y propuestas para solucionar problemas que, en él se plantean las claves de interpretación de las realidades.

---

[102] López Noguero Fernando. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. Revista de Educación, 4, 167-179.

[103] Ortega Mohedano Félix. (2013). *Propuesta Metodológica Para El Análisis De Contenido de la Parrilla de Televisión En Brasil: Análisis De Un Caso Práctico En el Estado de São Paulo.* abril 2, 2020, de Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación Sitio web: propuesta metodológica para el análisis de Dialnetdialnet.unirioja.es.

Las ciencias empírico-analíticas se conforman por cinco postulados interrelacionados, la primera, la teoría debe ser universal, lo segundo, los enunciados científicos son independientes de los fines y valores de los individuos, el tercero, el mundo social existe como un sistema de variables, el cuarto se necesita aclarar y precisar las variables antes de iniciar la investigación y por último la cuantificación de las variables que permite a los investigadores reducir o eliminar ambigüedades y contracciones. Las teorías, los conceptos y métodos so aplicados a las indagaciones científicas-sociales que guían el modelo de explicación de las ciencias sociales. Este concepto lleva implícita el marco conceptual como una referencia que genera una interpretación particular de la realidad.

El objeto de esta teoría no es el marco global en el que se deban seleccionar los fines e intereses sociales. La teoría se relaciona con los procesos cognitivos, racionales y tecnológicos para la comprobación, validación o rechazo de hipótesis sobre los fenómenos sociales observables.[104] El paradigma positivista, es el modelo imperante que adhirió la pedagogía a comienzos del siglo, en la actualidad se plantean otras alternativas que ponen en tela de juicio los planteamientos positivistas en la investigación educativa.

La ciencia simbólica, este planteamiento también llamado interpretativo, es derivada de la fenomenología social de Schutz y de la sociología del conocimiento de Berger y Luckman. Su postura es la realidad social que no tiene un valor objetivo, sino inseparable de los propios sujetos intervinientes y de sus expectativas, intenciones, sistemas, valores de cada individuo y de cómo este percibe la realidad y su propia acción.

Es una teoría descriptiva neutral sobre los fenómenos sociales, no se consideran catalizadores de la transformación social, no se rechazan las exigencias formales de las ciencias empíricas. Este enfoque interpretativo posee una gran variedad de fuentes y posiciones. La fenomenología, el historicismo y el interaccionismo simbólico constituyen algunas de las bases de esta perspectiva.

Podríamos decir, que la ciencia no es algo abstracto y aislado del mundo, sino que depende del contexto social, las reglas y el orden social constituyen las bases de sus acciones, sin embargo, la conducta humana es más compleja y diferenciada que en otros seres vivos, por lo tanto, es imposible explicarla de la misa forma en que se exponen los fenómenos en las ciencias naturales. Las teorías son relativas, ya que cada sociedad actúa con valores propios y éstos cambian con el tiempo.

---

[104] Allen and Urwin, (1977.) *Para la revisión crítica del positivismo*, puede verse: FAY, B, B. *Social Tehory and Politicalpractice*, G., Londres. Popper, K. (1963) *Conjetures and Refutation*s, Routledge, and Kegan Paul, Londres. Feyerabend, P. (1975) *Against Method: Outlines of and Anarchist Theory of Knowledge*, New left books, Londres.

La ciencia crítica intenta desentrañar las pautas de conocimiento y las condiciones sociales que contribuyen a la conformación de una determinada forma de pensar la realidad, se pretende no sólo la revisión de nuestras precepciones, sino también una mejor comprensión de la realidad para su posterior transformación.

Para Habermas[105], la finalidad de la teoría es capacitar a los individuos a través de la reflexión y el entendimiento de sus propios pensamientos para que se conozcan a sí mismos y facilitar la toma de conciencia del proceso de formación social que condiciona su realidad y percepción que propicia una mayor autonomía personal.

Debemos comprender que, para explicar la realidad, el saber práctico sirve para clarificar las condiciones para la comunicación y el dialogo significativo, genera un conocimiento interpretativo capaz de informar y guiar el juicio practico. La misión de las ciencias críticas es disolver las limitaciones sociales estructuralmente impuestas. La crítica ideológica liberará los dictados y formas de vida social establecidas, la realidad es dinámica y evolutiva.

Las diversas metodologías que se utilizan en investigación social y educativa para indagar el mundo social, la justificación lógica para examinar los principios y procedimientos por los que se formulan los problemas de investigación, se dan respuestas a los mismos y se evalúan su bondad y profundidad.

[105] Habermas Jurgen. (1996.) *Teoría y práctica: ensayos de filosofía social*. Buenos Aires: Sur.

Esquemas de metodologías y tipos de investigación.

METODOLOGIAS	TIPOS DE INVESTIGACIÓN
Empírico-analítica (cuantitativa)	Experimental Cuasi-experimental. Expost-facto
Constructivista (Cualitativa)	Fenomenología Interaccionismo simbólico Etnografía Teoría fundamentada Etnometodología Fenomenología
Sociocrítica (Cualitativa)	Investigación-acción Participativa Colaborativa Feminista

La investigación educacional será un proceso de aplicación de método y técnicas científicas a situaciones y problemáticas concretas que se pueden presentar en el área educativa. Las técnicas de investigación o, mejor dicho, el uso que se hace de ellas, la consideración que se les otorga en el propio desarrollo de la investigación

La investigación educacional será un proceso de aplicación de método y técnicas científicas a situaciones y problemáticas concretas: la investigación es un proceso conformado al descubrimiento de la realidad del campo educativo o de uno de sus aspectos, la finalidad es dar respuesta a los problemas desconocidos para así promover los descubrimientos de principios generales. La investigación exigirá la rigurosa aplicación de un método y unas técnicas científicas en el campo educativo. Por último, la investigación deberá referirse a problemas concretos, precisos y específicos que estén inmersos en la realidad educativa.

El uso las técnicas de investigación derivan una determinada posición ante la ciencia y, por lo tanto, reflejan valores, creencias y actitudes hacia el mundo real.

Lo primero son las técnicas de manipulación de variables (modelo de las ciencias físicas, sistema deductivo, obsesión por la objetividad, expresión matemática) han sido la base de las ciencias conductistas, el predominio de a técnicas sobre la teoría ha llevado a la trivialización del propio concepto de ciencia ya ha tenido como consecuencia más negativa

en investigación educativa, la limitación de temas. Lo segundo son las técnicas interpretativas hermenéuticas o microetnográficas que han sido dominantes de las ciencias simbólicas, lo constituye las partes discursivas, de tal manera que la investigación ofrezca una metodología describa la realidad. [106]

Para nuestra investigación realice el análisis de contenido por medio de un cuestionario a quince personas de distintas edades entre jóvenes y adultos en el que pretendo observarlas respuestas de tres películas de animación japonesa.

5.4 Metodología:

A continuación, presento como fue elaborado el cuestionario:

[106] Porta L, Silva M. (2003). La investigación cualitativa: El análisis de contenido en la investigación educativa. abril 2, 2020, de Universidad nacional de Mar de Plata Sitio web: http://revistas.bibdigital.uccor.edu.ar/index.php/adiv/article/view/3211

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

Agradecemos la participación en este análisis para la investigación de la tesis de Raúl Angeles Olguín:

*Puedes consultar el glosario que se encuentra al final del cuestionario certificado cualquier palabra.

Título del anime: El Viaje de Chihiro

Ficha del participante

Escriba su perfil en esta ficha:

Nombre: _____

Género: _____

Edad: (De 18 a 29 años) (De 30 a 39 años) (De 40 a 49 años) (De 50 a 60 años)

Nivel educativo:
_____

Ocupación: _____

Intereses:
_____

_____

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

Agradecemos la participación en este análisis para la investigación de la tesis de Raúl Angeles Olguín

Título del anime: Kimi no na wa

Ficha del participante

Escriba su perfil en esta ficha:

Nombre: _____

Género: _____

Edad: (De 18 a 29 años) (De 30 a 39 años) (De 40 a 49 años) (De 50 a 60 años)

Nivel educativo: _____

Ocupación: _____

Intereses:
_____
_____

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

Agradecemos la participación en este análisis para la investigación de la tesis de Raúl Angeles Olguín

Título del anime: Ghost in the Shell

Ficha del participante

Escriba su perfil en esta ficha:

Nombre: _____

Género: _____

Edad: (De 18 a 29 años) (De 30 a 39 años) (De 40 a 49 años) (De 50 a 60 años)

Nivel educativo: _____

Ocupación: _____

Intereses:
_____
_____

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

¿Cuáles de estos aspectos identificas?

Aspectos Mágicos	SI ¿Cuáles?	NO
Seres Sobrenaturales		
Dioses		
Superpoderes		
Artefactos o utensilios.		
Creencias		
Mitos y leyendas		

Aspectos Políticos	SI ¿Cuáles?	NO
Liderazgo		
Libertad		
Responsabilidad		
Normas		
Autoridad		
Corrupción		

Aspectos Sociales	SI ¿Cuáles?	NO
Solidaridad		
Diálogo		
Discriminación		
Intolerancia		

Aspectos Éticos	SI ¿Cuáles?	NO
Bondad		
Honestidad		
Deslealtad		
Lealtad		
Caridad		
Deshonestidad		
Traición		

Aspectos Psicológicos	SI ¿Cuáles?	NO
Voluntad		
Miedo		
Cobardía		
Afectuoso		
Egoísmo		

La Estética en la Animación Japonesa

¿Cuál de estos aspectos identificas? Señale con un “SI” en caso de ser verdadero o un “NO” en caso de ser Falso

Bello	SI ¿Cuáles?	NO
Belleza		
Agradable		
Apacible		

Grotesco	SI ¿Cuáles?	NO
Deforme		
Desagradable		
Lo repugnante		
Lo absurdo		
Lo caótico		
Lo tenebroso		

Trágico	SI ¿Cuáles?	NO
La compasión		
La ira		
El horror		
La indignación		
La derrota o el fracaso		
La muerte		
El sufrimiento		

Cómico	SI ¿Cuáles?	NO
La ironía		
La sátira		
Lo burlesco		
Lo ridículo		

En un pequeño párrafo resume la historia (máximo cinco renglones)

UACM
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
Nada humano me es ajeno

Finalmente te agradeceremos de contestar las siguientes preguntas.

Consumo Cultural

1. ¿Recomendarías la película a otra persona? Sí o no y ¿por qué?

2. ¿Comprarías el producto original? Sí o no y ¿por qué?

3. ¿Buscarías otros títulos de animación japonesa? Sí o no y ¿por qué?

4. ¿Cuál es el género literario de la película animada?

    a) Drama
    b) Acción
    c) Romance
    d) Comedia
    e) Ciencia Ficción
    f) Policiaca

5. ¿Investigarías más sobre el autor o el género del anime? Sí o no y ¿por qué?

6. ¿Verías una película de animación japonesa en internet? Sí o no y ¿por qué?

7. ¿Cuál plataforma elegirías para ver una animación japonesa?

8. ¿Visitarías Japón? Sí o no y ¿por qué?

Glosario

Afectuoso: Amoroso, cariño.

Agradable: Que produce complacencia o agrado.

Apacible: De buen temple, tranquilo, dulce y agradable en la condición y el trato.

Artefactos: Objeto especialmente una maquina o un aparato, construido con una cierta técnica para un determinado fin.

Autoridad: Poder que gobierna o ejerce el mando, de hecho, o de derecho.

Belleza: Persona o cosa notable por su gracias y hermosura.

Bondad: Una acción buena, la amabilidad de una persona respecto a otra.

Caridad: Actitud solidaria con el sufrimiento ajeno.

Cobardía: Falta de ánimo y valor.

Corrupción: Acción y efecto de corromper o corromperse.

Creencia: Religión, doctrina.

Deforme: Desproporcionado o irregular en la forma.

Desagradable: disgusto, descontento.

Deshonestidad: Descortés, indecoroso.

Deslealtad: El que no cumple las leyes, costumbres y el honor.

Diálogo: Plática entre dos o más personas que alternativamente manifiestan sus ideas o afectos. Genero de obra literaria en que se finge una plática o controversia entre dos o más personajes.

Dioses: Ser supremo que en las religiones monoteístas es considerado hacedor del universo

Discriminación: Dar trato desigual a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, de sexo, etc.

Egoísmo: Inmoderado y excesivo amor a sí mismo, que hace atender desmedidamente al propio interés, sin tener cuidado a los demás.

El fracaso: frustrante una pretensión

El horror: sentimiento intenso causado por algo terrible y espantoso. Aversión profunda hacia alguien o algo.

El sufrimiento: padecimiento, dolor, pena.

Honestidad: decente, recto, honrado,

Intolerancia: Es la falta de respeto a las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias.

La compasión: sentimiento de pena, de ternura y de identificación ante los males de alguien.

La derrota: vencimiento de tropas enemigas, seguido, por lo común de fuga desordenada.

La indignación: enojo, ira o enfado vehemente contra una persona o contra uno de sus actos.

La ira: sentimiento de indignación que causa enojo.

La ironía: burla fina y disimulada

La muerte: cesación o terminación de la vida.

La sátira: discurso o dicho agudo, picante y mordaz, dirigido a censurar o ridiculizar.

Lealtad: Cumplimiento de lo que exigen las leyes de la fidelidad y las del honor.

Leyenda: Narración de sucesos fantásticos que se transmite por tradición.

Libertad: Estado o condición del que no es esclavo ni preso. Facultad de hacer y decir cuanto no se oponga a las leyes ni a las buenas costumbres.

Liderazgo: Situación de superioridad en que se halla una institución u organización, un producto o un sector económico, dentro de su ámbito.

Lo absurdo: contrario y opuesto a la razón, que no tiene sentido.

Lo burlesco: festivo, jocoso, sin formalidad, que implica burla y engaño poniendo en ridículo a alguien o algo.

Lo caótico: confusión, desorden.

Lo repugnante: tedio, aversión a alguien o algo.

Lo ridículo: que por su rareza o extravagancia mueve o puede mover a risa.

Lo tenebroso: oscuro, sombrío, tétrico, negro.

Miedo: Angustia por un riesgo o dalo real o imaginario.

Mito: Narración situada fuera del tiempo histórico y protagonizada por personajes de carácter divino o heroico.

Normas: Regla que se debe seguir o a que se deben ajustar las conductas, tareas, actividades.

Responsabilidad: Capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

Seres Sobrenaturales: Cosa creada, especialmente dotadas de vida excediéndose en los términos de la naturaleza.

Solidaridad: Adhesión circunstancial a la causa, empresa u opinión de otros.

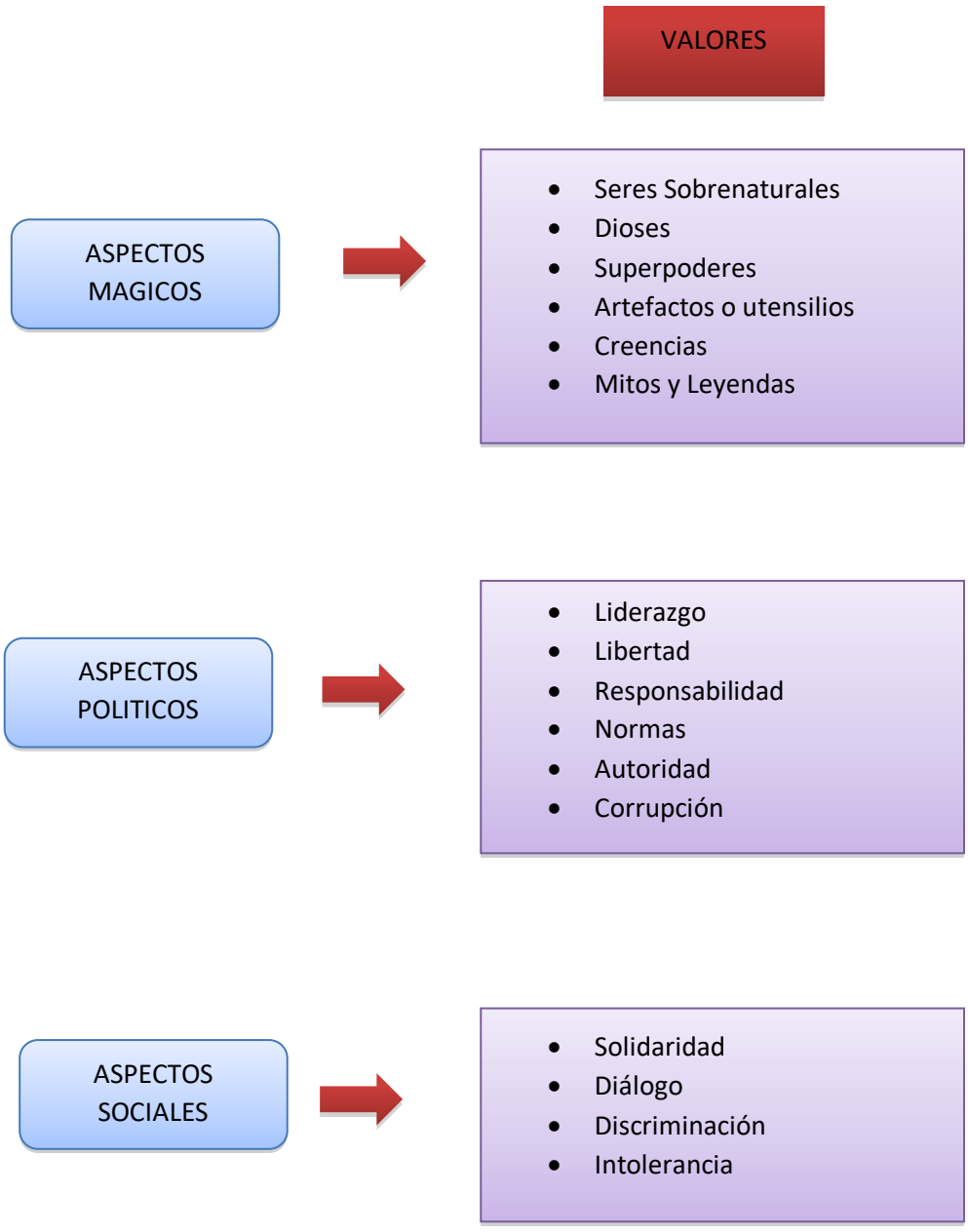
Superpoderes: Dominio, fuerza, vigor, capacidad, posibilidad, ser más fuerte de manera extraordinaria.

Traición: Falta que se comete quebrantando la fidelidad o lealtad que se debe guardar o tener.

Utensilios: Objeto fabricado que se destina a un uso manual, doméstico, o también una herramienta o instrumento de una actividad profesional.

Voluntad: Facultad de decidir y ordenar la propia conducta. Elección de algo sin precepto o impulso externo que a ello obligue.

5.4.1 Categorías:



ASPECTOS ÉTICOS

* Bondad
* Honestidad
* Deslealtad
*Lealtad
* Caridad
*Deshonestidad
*Traición

ASPECTOS PSICOLOGICOS

- Voluntad
- Miedo
- Cobardía
- Afectuoso
- Egoísmo

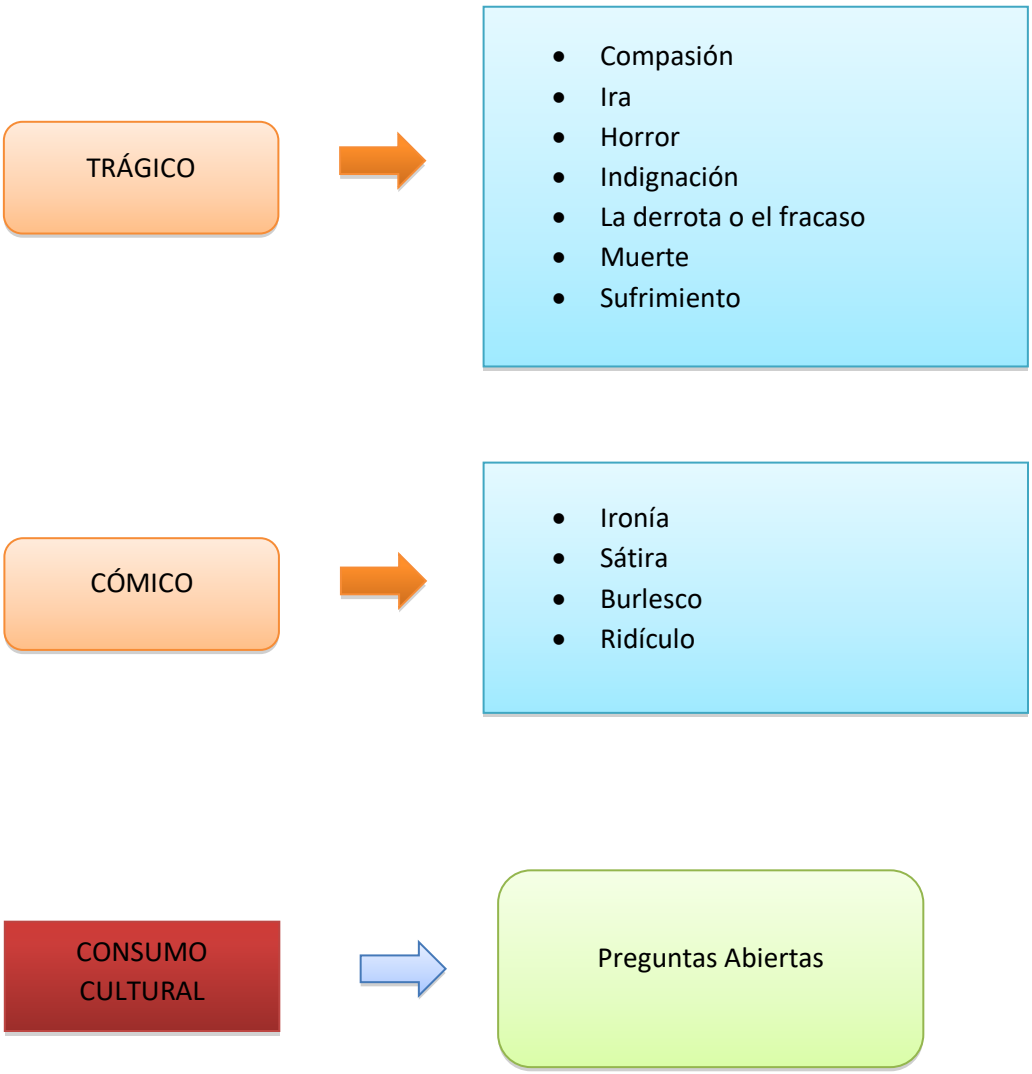
ESTÉTICA

BELLO

- Belleza
- Agradable
- Apacible

GROTESCO

- Deforme
- Desagradable
- Repugnante
- Absurdo
- Caótico
- Tenebroso


TRÁGICO
Compasión
Ira
Horror
Indignación
La derrota o el fracaso
Muerte
Sufrimiento
CÓMICO
Ironía
Sátira
Burlesco
Ridículo
CONSUMO CULTURAL
Preguntas Abiertas

5.4.2 Fichas técnicas del cine de animación japonés

Las películas de cine de animación japonés han sido de las más importantes a nivel global en que sus distintos géneros cinematográficos incluso han ganado premios internacionales y se han vuelta en cintas de culto. A continuación, las fichas técnicas de tres películas de anime:

FICHA 1 Título: El viaje de Chihiro (Sen to Chihiro no Kamikakushi)

Año: 2003

Autor: Hayao Miyazaki

País: Japón

Sinopsis: Se trata de Chihiro, sus padres se mudan a vivir a otra cuidad, aunque ella no está de acuerdo con dicha decisión. Al no encontrar el camino correcto a casa, se pierden en un bosque misterioso; llegan al final del camino y se encuentran de frente a un túnel. Al llegar al otro lado se encuentran con un pueblito deshabitado, al no encontrarse nadie, sus padres deciden empezar a comer y pagar luego. Al ponerse el sol se convierten en cerdos. Ahora Chihiro tienen que hacer lo imposible para hacer que sus padres vuelven a la normalidad y así regresar a casa. Es la única película en la historia del anime que ganó un premio Oscar por mejor animación extrajera.

Créditos: Una producción de Studio Ghibli, Productor ejecutivo: Yasuyoshi Tokuma, historia original y guion: Hayao Miyazaki, música: Joe Hisaishi canciones interpretadas por YumiKimura, Productor: Toshio Suzuki.

Participantes: Kevin Arturo Reyes Juárez, Angie Yasmin Morales de la Torre, Enrique Hayashida Pedroza, Gabriela Elizabeth Morales Cruz, Ana Victoria Sotelo Meza.

Población: jóvenes y adultos

FICHA 2 Título: Ghost in the Shell (Kokaku Kidotai)

Año: 1995

Autor: Mamoru Oshii

País: Japón

Sinopsis: Año 2029. En una enorme ciudad asiática, una mujer robot policía-cyborg investiga las siniestras actividades de un misterioso hacker, un super criminal que está invadiendo las autopistas de la información.

Créditos: Production I.G Mitsuhisa Ishikawa, Shigeru Watanabe, Ken Iyadomi, Yoshimasa Mizuo, Ken Matsumoto

Participantes: Abril Lara Flores, Oscar Montoya Velázquez, Itzel Jiménez Castillo, Rocío Chávez Vitero, Norberto Hernández López.

Población: jóvenes y adultos

FICHA 3 Título: Kimi no na wa (Your Name)

Año: 2016

Autor: Makoto Shinkai

País: Japón

Sinopsis: Una chica del campo comienza a despertar en el cuerpo de un joven de la cuidad que tiene la vida que siempre soñó. Los dos protagonistas a pesar de todo están destinados a conocerse.

Créditos: CoMix Wave Films

Participantes: Etna Ariadna Domínguez Ramírez, Miguel Ángel López Osorio, Ruth Belem Baza Roldán, Luis Maravilla Espinoza, Luis Daniel Hernández Pérez.

Población: jóvenes y adultos

5.5 CUESTIONARIO ANÁLISIS CUANTITATIVO:

5.5.1 Nombre de la película: El viaje de Chihiro.

2: SI

1: NO

0: NO CONTESTO

Aspectos que identificas:

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Mágicos	ANA VICTORIA SOTELO MEZA	KEVIN ARTURO REYES JUAREZ	ANGIE YASMIN MORALES DE LA TORRE	GABRIELA ELIZABETH MORALES CRUZ	ENRIQUE HAYASHIDA PEDROZA	TOTAL
Seres Sobrenaturales	2	2	2	2	2	2=5
Dioses	2	2	2	2	2	2=5
Superpoderes	2	2	2	2	2	2=5
Artefactos o utensilios.	2	1	2	2	2	1=1/2=4
Creencias	2	2	0	1	2	0=1/1=1/ 2=3
Mitos y leyendas	2	1	0	2	2	0=1/1=1/2=3
Totales	2=6	1=2/ 2=4	0=2/2=4	1=1/2=5	2=6	0=2/1=3/2=25

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Sociales	ANA VICTORIA SOTELO MEZA	KEVIN ARTURO REYES JUAREZ	ANGIE YASMIN MORALES DE LA TORRE	GABRIELA ELIZABETH MORALES CRUZ	ENRIQUE HAYASHIDA PEDROZA	TOTAL
Solidaridad	2	2	2	2	2	2=5
Diálogo	2	2	2	2	2	2=5
Discriminación	2	2	2	2	2	2=5
Intolerancia	2	2	2	2	2	2=5
Totales	2=4	2=4	2=4	2=4	2=4	2=20

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Políticos	ANA VICTORIA SOTELO MEZA	KEVIN ARTURO REYES JUAREZ	ANGIE YASMIN MORALES DE LA TORRE	GABRIELA ELIZABETH MORALES CRUZ	ENRIQUE HAYASHIDA PEDROZA	TOTAL
Liderazgo	2	2	2	2	2	2=5
Libertad	1	2	2	2	2	1=1/2=4
Responsabilidad	2	2	2	2	2	2=5
Normas	2	2	2	2	2	2=5
Autoridad	2	2	2	2	2	2=5
Corrupción	2	2	2	1	2	1=1/2=4
Totales	1=1/ 2=5	2=6	2=6	1=1/2=5	2=6	1=2/2=28

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Éticos	ANA VICTORIA SOTELO MEZA	KEVIN ARTURO REYES JUAREZ	ANGIE YASMIN MORALES DE LA TORRE	GABRIELA ELIZABETH MORALES CRUZ	ENRIQUE HAYASHIDA PEDROZA	TOTAL
Bondad	2	2	2	2	2	2=5
Honestidad	2	2	2	2	2	2=5
Deslealtad	2	1	2	1	2	1=2/2=3
Lealtad	2	2	2	2	2	2=5
Caridad	2	2	2	2	2	2=5
Deshonestidad	1	1	2	2	2	1=2/2=3
Traición	1	1	2	1	2	1=3/2=2
Totales	1=2/ 2=5	1=3/2=4	2=7	1=2/2=5	2=7	1=7/2=28

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Psicológicos	ANA VICTORIA SOTELO MEZA	KEVIN ARTURO REYES JUAREZ	ANGIE YASMIN MORALES DE LA TORRE	GABRIELA ELIZABETH MORALES CRUZ	ENRIQUE HAYASHIDA PEDROZA	TOTAL
Voluntad	2	2	2	2	2	2=5
Miedo	2	2	2	2	2	2=5
Cobardía	1	2	2	2	2	1=1/2=4
Afectuoso	2	2	2	2	2	2=5
Egoísmo	1	1	2	2	2	1=2/2=3
Totales	1=2/ 2=3	1=1/ 2=4	2=5	2=5	2=5	1=3/2=22

I. La estética en la animación japonesa

Participante	1	2	3	4	5	
Bello	ANA VICTORIA SOTELO MEZA	KEVIN ARTURO REYES JUAREZ	ANGIE YASMIN MORALES DE LA TORRE	GABRIELA ELIZABETH MORALES CRUZ	ENRIQUE HAYASHIDA PEDROZA	TOTAL
Belleza	2	2	2	2	2	2=5
Agradable	2	2	2	2	2	2=5
Apacible	2	2	2	2	2	2=5
Totales	2=3	2=3	2=3	2=3	2=3	2=15

Participante	1	2	3	4	5	
Grotesco	ANA VICTORIA SOTELO MEZA	KEVIN ARTURO REYES JUAREZ	ANGIE YASMIN MORALES DE LA TORRE	GABRIELA ELIZABETH MORALES CRUZ	ENRIQUE HAYASHIDA PEDROZA	TOTAL
Deforme	2	2	2	2	2	2=5
Desagradable	1	2	2	2	2	1=1/2=4
Lo repugnante	1	2	2	2	2	1=1/2=4
Lo absurdo	1	2	2	2	0	0=1/1=1/2=3
Lo caótico	1	2	2	2	2	1=1/2=4
Lo tenebroso	1	2	2	2	2	1=1/2=4
Totales	1=5/2=1	2=6	2=6	2=6	0=1/ 2=5	0=1/1=5/2=24

Participante	1	2	3	4	5	
Trágico	ANA VICTORIA SOTELO MEZA	KEVIN ARTURO REYES JUAREZ	ANGIE YASMIN MORALES DE LA TORRE	GABRIELA ELIZABETH MORALES CRUZ	ENRIQUE HAYASHIDA PEDROZA	TOTAL
La compasión	2	2	2	2	2	2=5
La ira	2	2	2	2	2	2=5
El horror	2	1	2	2	2	1=1/2=4
La indignación	2	1	2	2	2	1=1/2=4
La derrota o el fracaso	1	2	2	2	0	0=1/1=1/2=3
La muerte	2	2	1	1	0	0=1/1=2/2=2
El sufrimiento	2	2	2	2	2	2=5
Total	1=1/2=6	1=2/ 2=5	1=1/2=6	1=1/2=6	0=2/2=5	0=2/1=5/2=28

Participante	1	2	3	4	5	
Cómico	ANA VICTORIA SOTELO MEZA	KEVIN ARTURO REYES JUAREZ	ANGIE YASMIN MORALES DE LA TORRE	GABRIELA ELIZABETH MORALES CRUZ	ENRIQUE HAYASHIDA PEDROZA	TOTAL
La ironía	1	1	2	2	2	1=2/2=3
La sátira	1	1	2	1	2	1=3/2=2
Lo burlesco	1	2	2	1	2	1=2/2=3
Lo ridículo	1	1	2	1	2	1=3/2=2
Total	1=4	1=3/2=1	2=4	1=3/2=1	2=4	1=10/2=10

II. Análisis Consumo Cultural

SI=1

NO=0

PORQUE=2

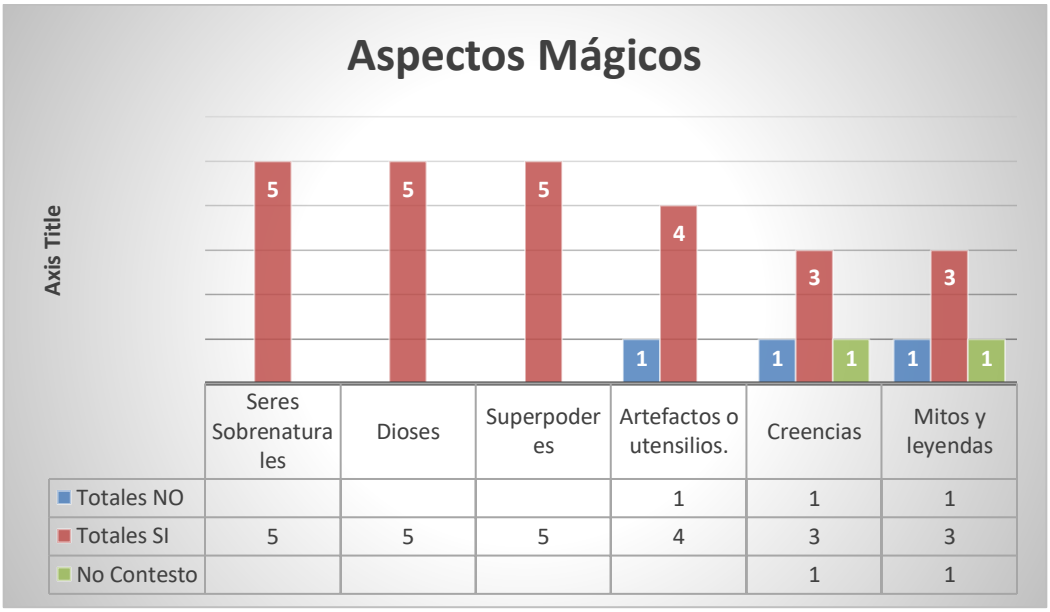
Participante	1	2	3	4	5	
CONSUMO CULTURAL	ANA VICTORIA SOTELO MEZA	KEVIN ARTURO REYES JUAREZ	ANGIE YASMIN MORALES DE LA TORRE	GABRIELA ELIZABETH MORALES CRUZ	ENRIQUE HAYASHIDA PEDROZA	TOTAL
¿Recomendarías la película a otra persona?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
¿Comprarías el producto original?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
¿Buscarías otros títulos de animación japonesa?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
¿Cuál es el género literario de la película animada?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y2	1 y 2	1=5/2=5
	Drama, Acción y Ciencia Ficción	Ciencia Ficción	Ciencia Ficción	Acción	Drama	
¿Investigarías más sobre el autor o el género del anime?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
¿Verías una película de animación japonesa en internet?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5

¿Cuál plataforma elegirías para ver una animación japonesa?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
¿Visitarías Japón?	0,2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	0=1/1=4/2=5
Totales	0=1/1=7/2=8	1=8/2=8	1=8/2=8	1=8/2=8	1=8/2=8	0=1/1=39/2=40

5.5.2 Análisis de los resultados de la película: El viaje de Chihiro

A continuación, el análisis de los datos de los resultados de los cuestionarios de la película "El viaje de Chihiro" en cada uno de sus aspectos.

Aspectos Mágicos	Totales NO	Totales SI	No Contesto
Seres Sobrenaturales		5	
Dioses		5	
Superpoderes		5	
Artefactos o utensilios	1	4	
Creencias	1	3	1
Mitos y leyendas	1	3	1



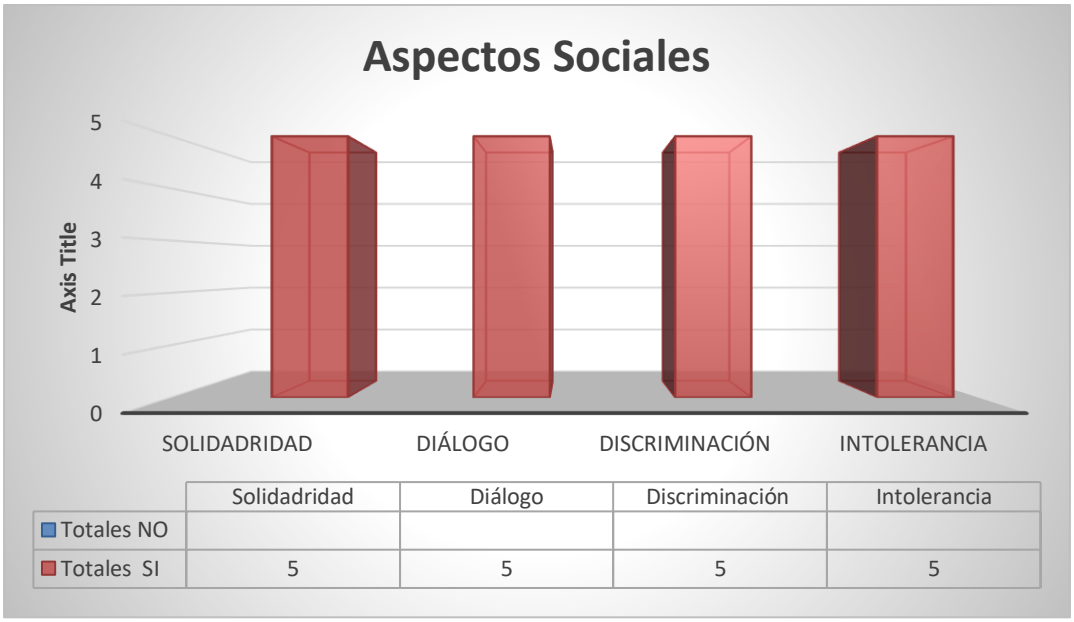
En la película el Viaje de Chihiro, sobre los aspectos mágicos todos los participantes confirmaron que observaron seres sobrenaturales, dioses y superpoderes, solo dos personas no contestaron si había mirado una creencia, mito o leyenda.

Aspectos Políticos	Totales NO	Totales SI	No Contesto
Liderazgo		5	
Libertad	1	4	
Responsabilidad		5	
Normas		5	
Autoridad		5	
Corrupción	1	4	



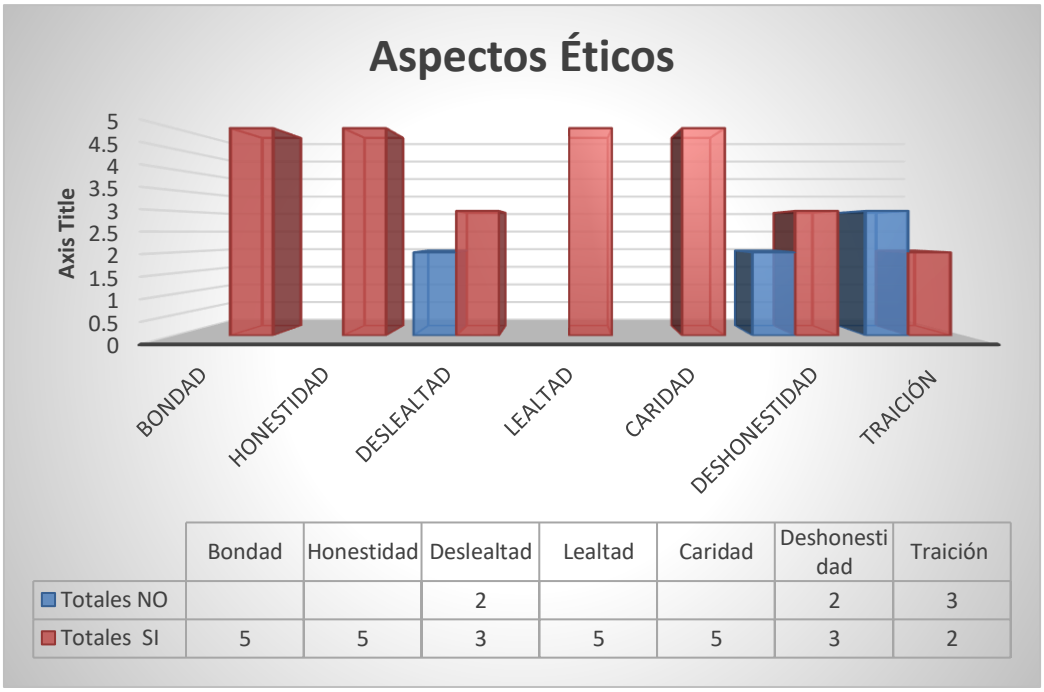
En los aspectos políticos la mayoría observo liderazgo, responsabilidad, normas y autoridad dentro de la película.

Aspectos Sociales	Totales NO	Totales SI
Solidaridad		5
Diálogo		5
Discriminación		5
Intolerancia		5



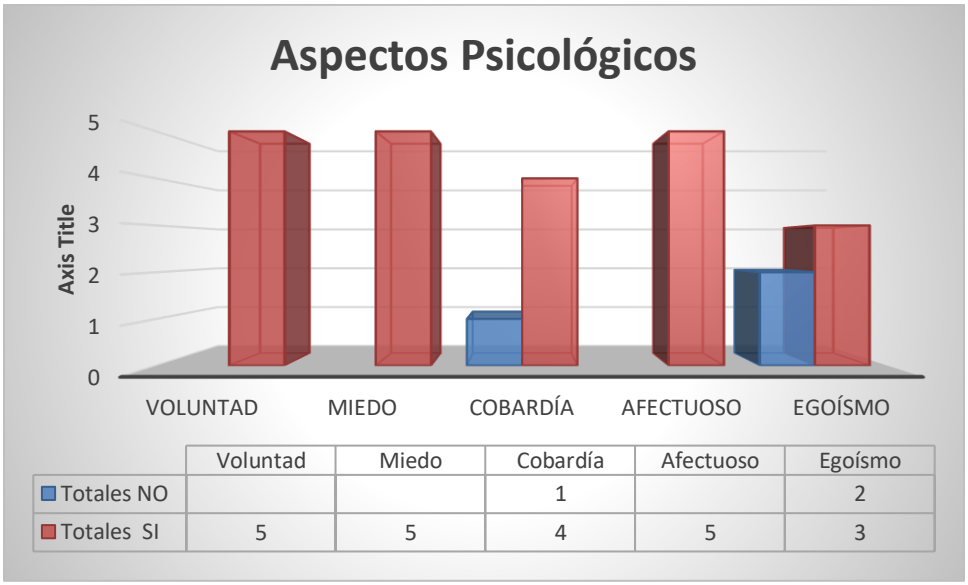
En los aspectos sociales todos los participantes contestaron al 100%

Aspectos Éticos	Totales NO	Totales SI
Bondad		5
Honestidad		5
Deslealtad	2	3
Lealtad		5
Caridad		5
Deshonestidad	2	3
Traición	3	2



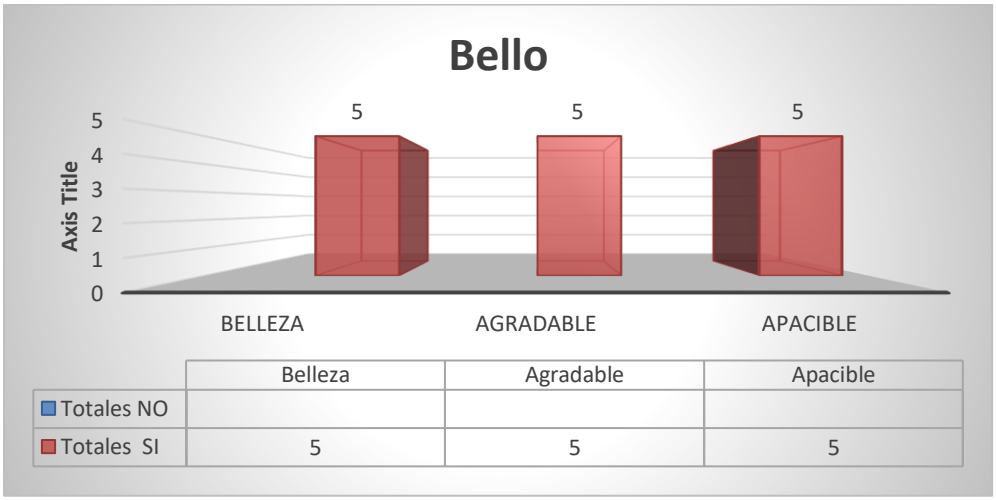
En los aspectos éticos la bondad, la honestidad, lealtad y caridad confirmaron que si existía todas estas virtudes y por esta razón la deslealtad, deshonestidad y la traición contestaron que no había estas cualidades.

Aspectos Psicológicos	Totales NO	Totales SI
Voluntad		5
Miedo		5
Cobardía	1	4
Afectuoso		5
Egoísmo	2	3



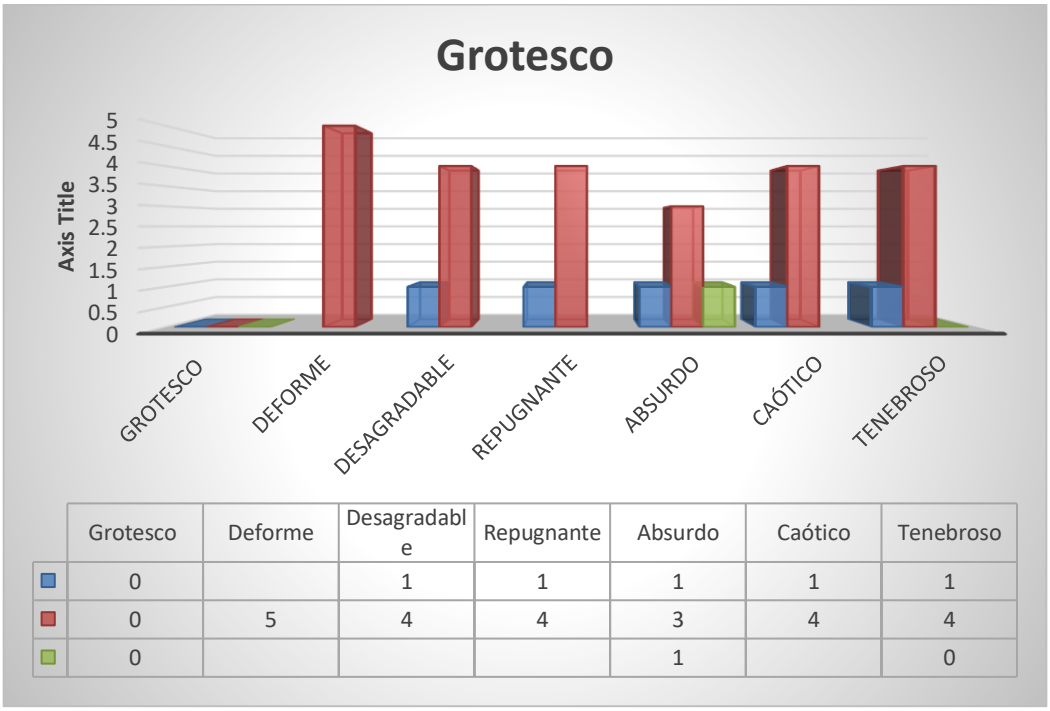
Los aspectos psicológicos en todos los participantes observaron la voluntad, el miedo y lo afectuoso que los otros que fueron la cobardía y el egoísmo.

Bello	Totales NO	Totales SI
Belleza		5
Agradable		5
Apacible		5



En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo bello todos los participantes confirmaron al 100% la belleza, lo agradable y apacible dentro del filme.

Grotesco	Totales NO	Totales SI	No Contesto
Deforme		5	
Desagradable	1	4	
Repugnante	1	4	
Absurdo	1	3	1
Caótico	1	4	
Tenebroso	1	4	



En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo grotesco encontramos que todos los participantes encontraron lo deforme en la cinta y cuatro personas observaron desagradable, repugnante, caótico y solo una persona no contesto si había algo absurdo dentro de la cinta.

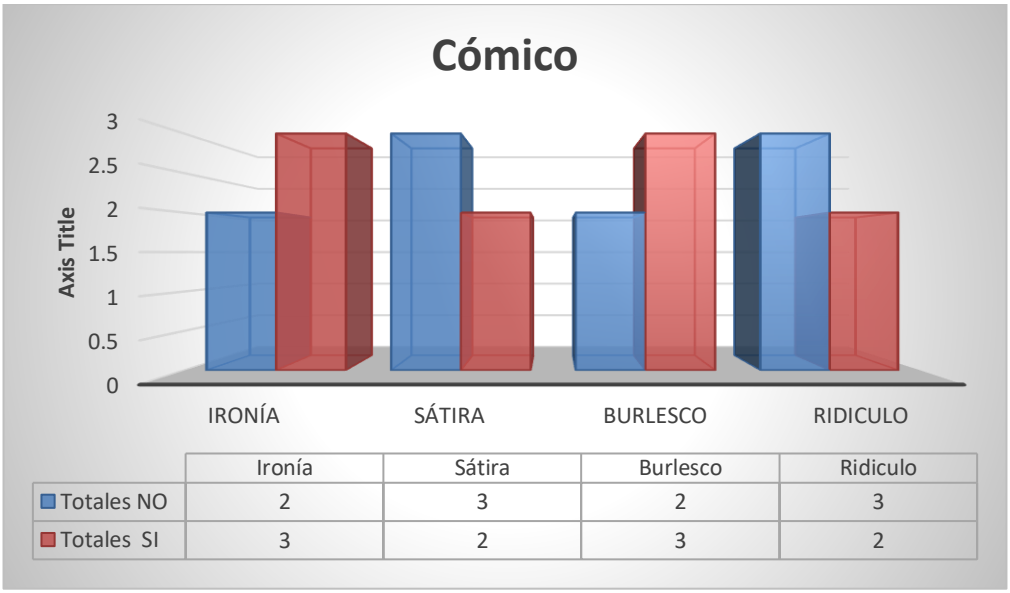
Trágico	Totales NO	Totales SI	No Contesto
Compasión		5	
Ira		5	
Horror	1	4	
Indignación	1	4	
Derrota o el fracaso	1	3	1
Muerte	2	2	1
Sufrimiento		5	



	Compasión	Ira	Horror	Indignación	Derrota o el fracaso	Muerte	Sufrimiento
Totales NO			1	1	1	2	
Totales SI	5	5	4	4	3	2	5
No Contesto					1	1	

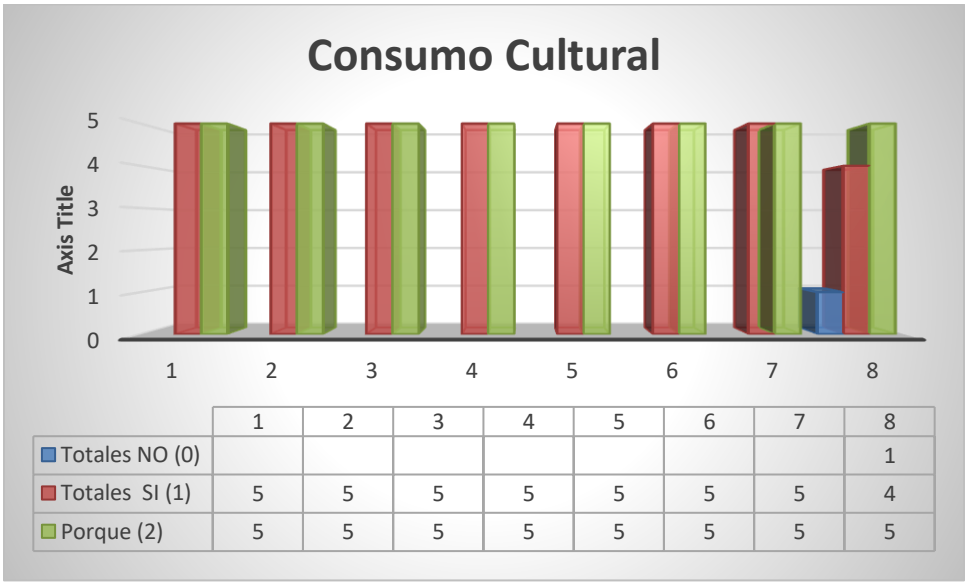
En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo trágico encontramos que todos los participantes encontraron compasión, ira y sufrimiento que el horror o la indignación y en menor media es la derrota, fracaso o muerte, estos últimos casos no contestaron el cuestionario.

Cómico	Totales NO	Totales SI
Ironía	2	3
Sátira	3	2
Burlesco	2	3
Ridículo	3	2



En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo cómico encontramos que de los cinco participantes solo tres respondieron afirmativamente a la ironía y lo burlesco.

Consumo Cultural	Totales NO (0)	Totales SI (1)	Porque (2)
1		5	5
2		5	5
3		5	5
4		5	5
5		5	5
6		5	5
7		5	5
8	1	4	5



El consumo cultural de la película “El viaje de Chihiro” todos contestaron el 100% de las preguntas y el porqué de cada una de las respuestas solamente uno, no contesto la última pregunta.

5.6 CUESTIONARIO ANÁLISIS CUANTITATIVO:

5.6.1 Nombre de la película: Kimi no naka wa

2: SI

1: NO

0: NO CONTESTO

I. Aspectos que identificas

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Mágicos	LUIS MARAVILLA EZPINOZA	RUTH BELEM BAZA ROLDÁN	LUIS DANIEL HERNÁNDEZ PEREZ	ETNA ARIADNA DOMÍNGUEZ RAMIREZ	MIGUEL ANGEL LOPEZ OSORIO	TOTAL
Seres Sobrenaturales	2	1	1	1	1	1=4/2=1
Dioses	2	2	1	1	1	1=3/2=2
Superpoderes	1	1	1	1	1	1=5
Artefactos o utensilios	1	2	1	1	1	1=4/2=1
Creencias	2	2	2	2	2	2=5
Mitos y leyendas	2	2	2	1	2	1=1/2=4
Totales	1=2/2=4	1=2/2=4	1=4/2=2	1=5/2=1	1=4/2=2	1=17/2=13

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Políticos	LUIS MARAVILLA EZPINOZA	RUTH BELEM BAZA ROLDÁN	LUIS DANIEL HERNÁNDEZ PEREZ	ETNA ARIADNA DOMÍNGUEZ RAMIREZ	MIGUEL ANGEL LOPEZ OSORIO	TOTAL
Liderazgo	1	1	1	2	2	1=3/2=2
Libertad	1	2	1	2	2	1=2/2=3
Responsabilidad	2	2	1	2	2	1=1/2=4
Normas	2	2	1	2	2	1=1/2=4
Autoridad	2	2	1	2	1	1=2/2=3
Corrupción	2	1	1	2	1	1=3/2=2
Totales	1=2/2=4	1=2/2=4	1=6	2=6	1=2/2=4	1=12/2=18

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Sociales	LUIS MARAVILLA EZPINOZA	RUTH BELEM BAZA ROLDÁN	LUIS DANIEL HERNÁNDEZ PEREZ	ETNA ARIADNA DOMÍNGUEZ RAMIREZ	MIGUEL ANGEL LOPEZ OSORIO	TOTAL
Solidaridad	2	2	2	2	2	2=5
Diálogo	2	2	1	0	2	0=1/1=1/2=3
Discriminación	1	1	1	1	1	1=5
Intolerancia	2	1	1	2	2	1=2/2=3
Totales	1=1/2=3	1=2/2=2	1=3/2=1	0=1/1=1/2=2	1=1/2=3	0=1/1=8/2=11

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Éticos	LUIS MARAVILLA EZPINOZA	RUTH BELEM BAZA ROLDÁN	LUIS DANIEL HERNÁNDEZ PEREZ	ETNA ARIADNA DOMÍNGUEZ RAMIREZ	MIGUEL ANGEL LOPEZ OSORIO	TOTAL
Bondad	2	2	1	2	2	1=1/2=4
Honestidad	2	2	2	1	2	1=1/2=4
Deslealtad	1	1	1	1	1	1=5
Lealtad	2	2	2	1	2	1=1/2=4
Caridad	1	1	1	1	1	1=5
Deshonestidad	1	1	1	1	1	1=5
Traición	1	1	1	1	1	1=5
Totales	1=4/2=3	1=4/2=3	1=5/2=2	1=6/2=1	1=4/2=3	1=23/2=12

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Psicológicos	LUIS MARAVILLA EZPINOZA	RUTH BELEM BAZA ROLDÁN	LUIS DANIEL HERNÁNDEZ PEREZ	ETNA ARIADNA DOMÍNGUEZ RAMIREZ	MIGUEL ANGEL LOPEZ OSORIO	TOTAL
Voluntad	2	2	2	2	2	2=5
Miedo	2	1	2	1	2	1=2/ 2=3
Cobardía	1	1	1	1	2	1=4/2=1
Afectuoso	2	2	2	2	2	2=5
Egoísmo	1	1	1	1	1	1=5
Totales	1=2/2=3	1=3/2=2	1=2/2=3	1=3/2=2	1=1/2=4	1=11/2=14

II. La estética en la animación japonesa.

Participante	1	2	3	4	5	
Bello	LUIS MARAVILLA EZPINOZA	RUTH BELEM BAZA ROLDÁN	LUIS DANIEL HERNÁNDEZ PEREZ	ETNA ARIADNA DOMÍNGUEZ RAMIREZ	MIGUEL ANGEL LOPEZ OSORIO	TOTAL
Belleza	2	2	2	2	2	2=5
Agradable	2	2	2	2	2	2=5
Apacible	2	2	2	2	1	1=1/2=4
Totales	2=3	2=3	2=3	2=3	1=1/2=2	1=1/2=14

Participante	1	2	3	4	5	
Grotesco	LUIS MARAVILLA EZPINOZA	RUTH BELEM BAZA ROLDÁN	LUIS DANIEL HERNÁNDEZ PEREZ	ETNA ARIADNA DOMÍNGUEZ RAMIREZ	MIGUEL ANGEL LOPEZ OSORIO	TOTAL
Deforme	1	1	1	1	1	1=5
Desagradable	2	1	1	1	1	1=4/2=1
Lo repugnante	2	1	1	1	1	1=4/2=1
Lo absurdo	2	1	1	1	2	1=3/2=2
Lo caótico	2	2	2	1	2	1=1/2=4
Lo tenebroso	1	1	1	1	1	1=5
Totales	1=2/2=4	1=5/2=1	1=5/2=1	1=6	1=4/2=2	1=22/2=14

Participante	1	2	3	4	5	
Trágico	LUIS MARAVILLA EZPINOZA	RUTH BELEM BAZA ROLDÁN	LUIS DANIEL HERNÁNDEZ PEREZ	ETNA ARIADNA DOMÍNGUEZ RAMIREZ	MIGUEL ANGEL LOPEZ OSORIO	TOTAL
La compasión	2	1	1	1	2	1=3/2=2
La ira	2	1	1	2	1	1=3/2=2
El horror	2	1	1	2	1	1=3/2=2
La indignación	2	1	1	2	2	1=2/2=3
La derrota o el fracaso	2	1	2	1	1	1=3/2=2
La muerte	2	2	2	2	1	1=1/2=4
El sufrimiento	2	2	2	2	1	1=1/2=4
Total	2=7	1=5/2=2	1=4/2=3	1=2/2=5	1=5/2=2	1=16/2=19

Participante	1	2	3	4	5	
Cómico	LUIS MARAVILLA EZPINOZA	RUTH BELEM BAZA ROLDÁN	LUIS DANIEL HERNÁNDEZ PEREZ	ETNA ARIADNA DOMÍNGUEZ RAMIREZ	MIGUEL ANGEL LOPEZ OSORIO	TOTAL
La ironía	1	1	1	1	1	1=5
La sátira	1	1	1	1	1	1=5
Lo burlesco	1	1	1	1	2	1=4/2=1
Lo ridículo	2	1	1	2	1	1=3/2=2
Total	1=3/2=1	1=4	1=4	1=1/2=1	1=3/2=1	1=15/2=3

I. Análisis Consumo Cultural

SI-1

NO-0

PORQUE-2

Participante	1	2	3	4	5	
CONSUMO CULTURAL	LUIS MARAVILLA EZPINOZA	RUTH BELEM BAZA ROLDÁN	LUIS DANIEL HERNÁNDEZ PEREZ	ETNA ARIADNA DOMÍNGUEZ RAMIREZ	MIGUEL ANGEL LOPEZ OSORIO	TOTAL
¿Recomendarías la película a otra persona?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y2	1 y 2	1=5/2=5
¿Comprarías el producto original?	1 y 2	1 y 2	0 y 2	0 y 2	0 y 2	0=3/1=2/2=5
¿Buscarías otros títulos de animación japonesa?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
¿Cuál es el género literario de la película animada?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
	Drama y Ciencia Ficción	Drama y Romance	Drama y Romance	Ciencia Ficción	Drama	
¿Investigarías más sobre el autor o el género del anime?	1 y 2	1 y 2	1 y2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
¿Verías una película de animación japonesa en internet?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5

¿Cuál plataforma elegirías para ver una animación japonesa?	1 y 2	1 y 2	1 y2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
¿Visitarías Japón?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
Totales	1=8/2=8	1=8/2=8	0=1/1=7/2=8	0=1/1=7/2=8	0=1/1=7/2=8	0=3/1=37/2=40

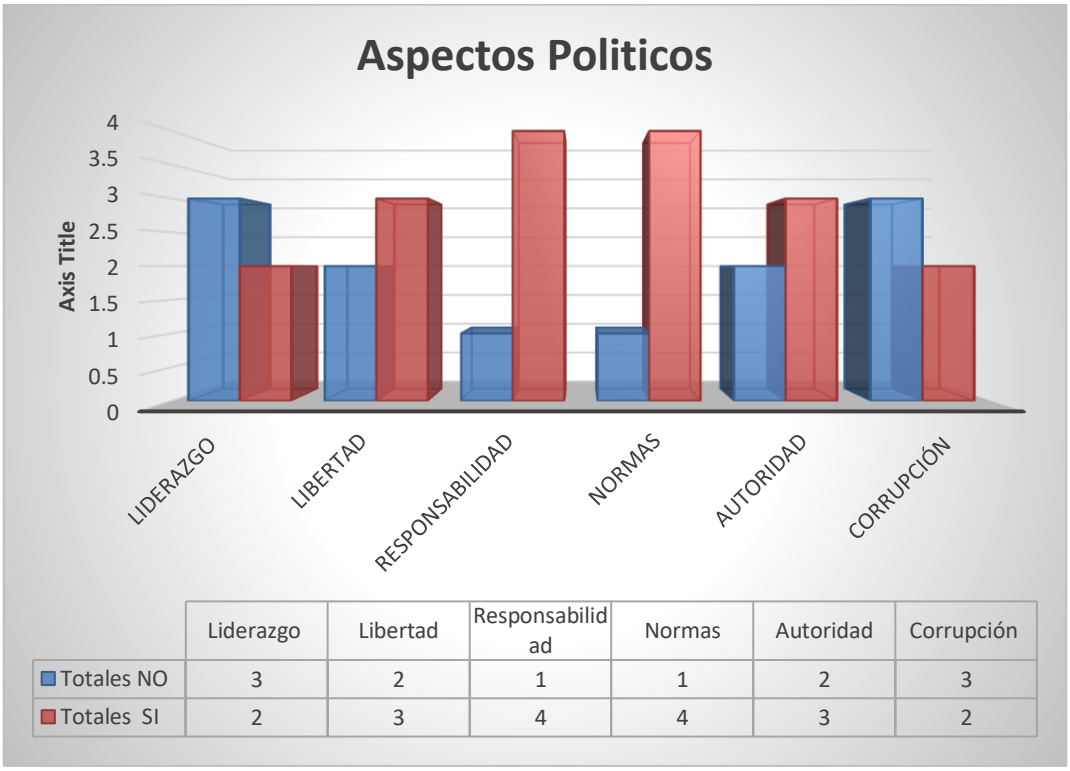
5.6.2 Análisis de los resultados de la película “Kimi no naka wa”

Aspectos Mágicos	Totales NO	Totales SI
Seres Sobrenaturales	4	1
Dioses	3	2
Superpoderes	5	
Artefactos o utensilios	4	1
Creencias		5
Mitos y leyendas	1	4



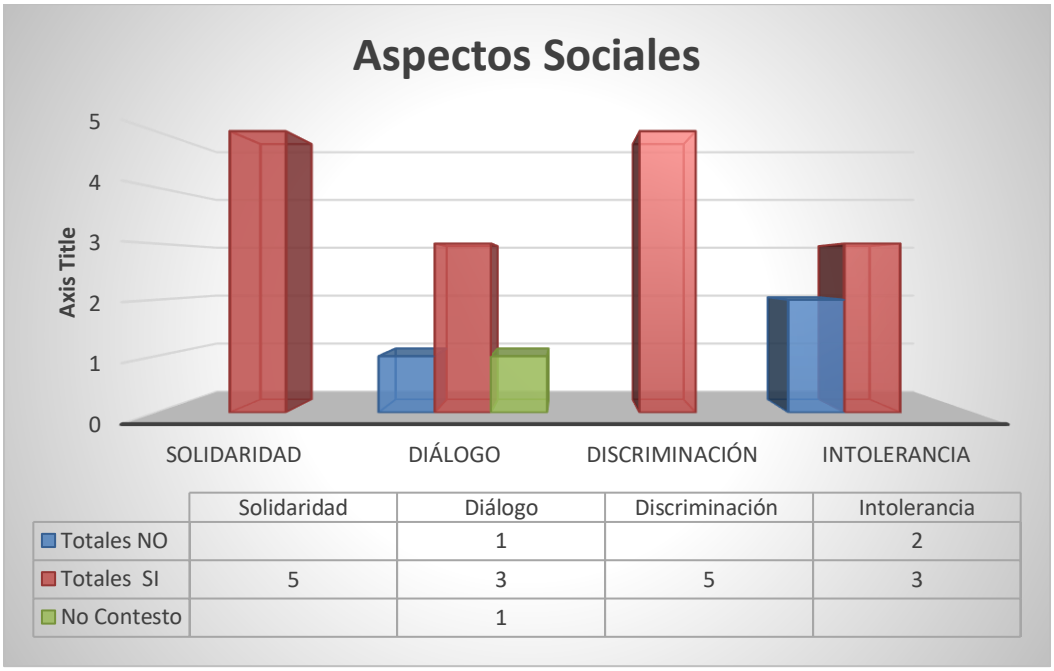
En los aspectos mágicos los participantes solamente observaron creencias por consiguiente le sigue mitos y leyendas fue en menor media, así como dioses que solo dos dijeron que si

Aspectos Políticos	Totales NO	Totales SI
Liderazgo	3	2
Libertad	2	3
Responsabilidad	1	4
Normas	1	4
Autoridad	2	3
Corrupción	3	2



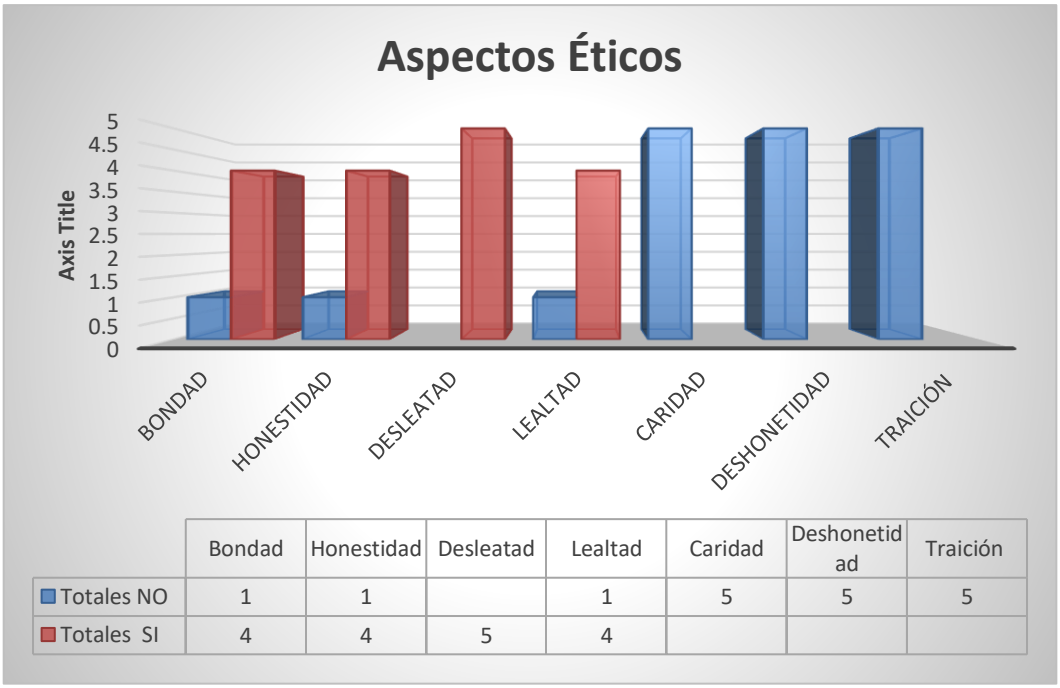
En los aspectos políticos se observó que la responsabilidad y normas fue de mayor tendencia le seguirían la libertad y la autoridad.

Aspectos Sociales	Totales NO	Totales SI	No Contesto
Solidaridad		5	
Diálogo	1	3	1
Discriminación		5	
Intolerancia	2	3	



En los aspectos sociales observaron que la solidaridad y la discriminación son de mayor tendencia al 100 %

Aspectos Éticos	Totales NO	Totales SI
Bondad	1	4
Honestidad	1	4
Deslealtad		5
Lealtad	1	4
Caridad	5	
Deshonestidad	5	
Traición	5	



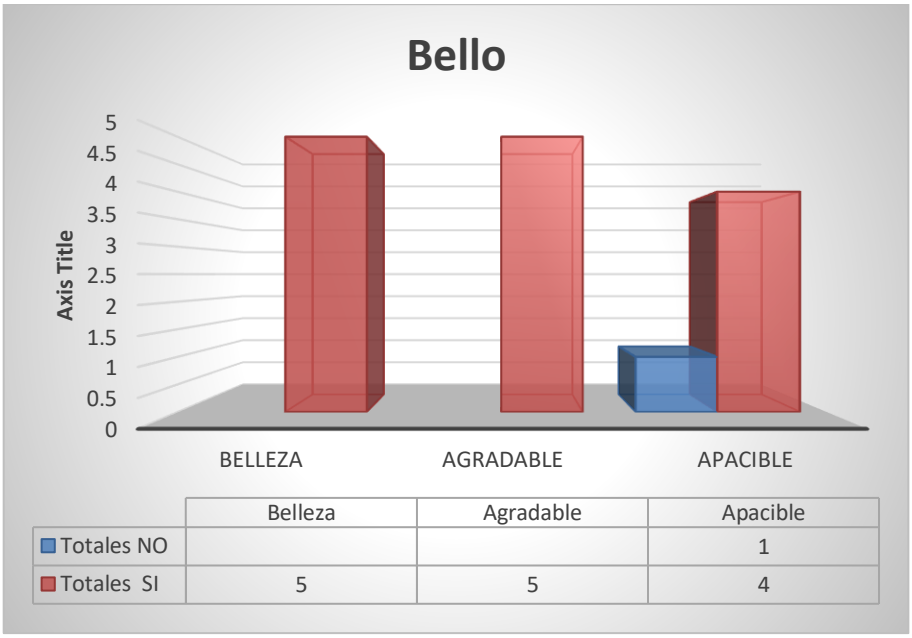
En los aspectos éticos los participantes confirmaron la mayoría la deslealtad y por consiguiente en menor media la bondad, la honestidad y la lealtad

Aspectos Psicológicos	Totales NO	Totales SI
Voluntad		5
Miedo	2	3
Cobardía	4	1
Afectuoso		5
Egoísmo	5	



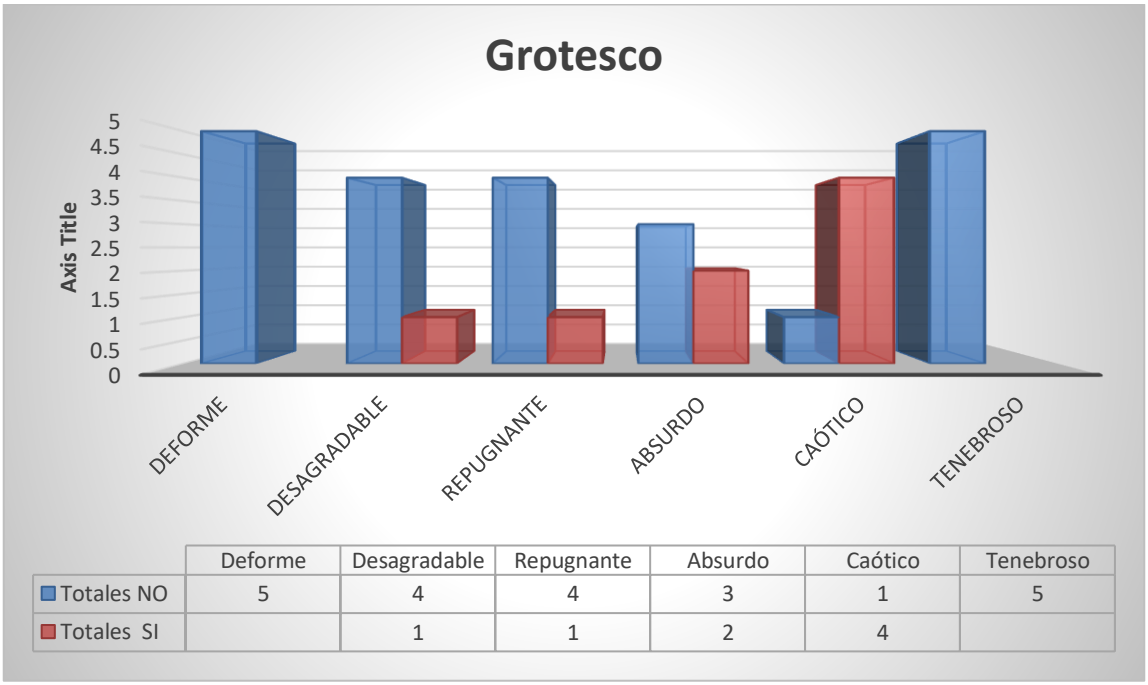
Los aspectos psicológicos la mayoría de los participantes observaron la voluntad y lo afectuoso y una variable de tres personas solamente algunos observaron el miedo.

Bello	Totales NO	Totales SI
Belleza		5
Agradable		5
Apacible	1	4



En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo bello coincidieron al 100% con la belleza y lo agradable con excepción de lo apacible solamente una persona no lo observo.

Grotesco	Totales NO	Totales SI
Deforme	5	
Desagradable	4	1
Repugnante	4	1
Absurdo	3	2
Caótico	1	4
Tenebroso	5	



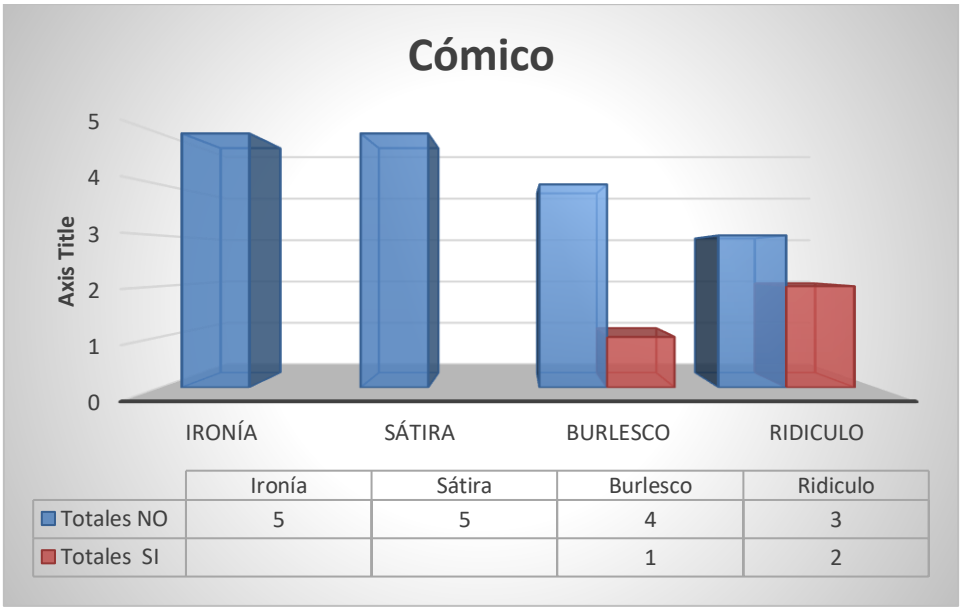
En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo grotesco en el que la mayoría hubo coincidencia fue en lo caótico.

Trágico	Totales NO	Totales SI
Compasión	3	2
Ira	3	2
Horror	3	2
Indignación	2	3
Derrota o el fracaso	3	2
Muerte	1	4
Sufrimiento	1	4



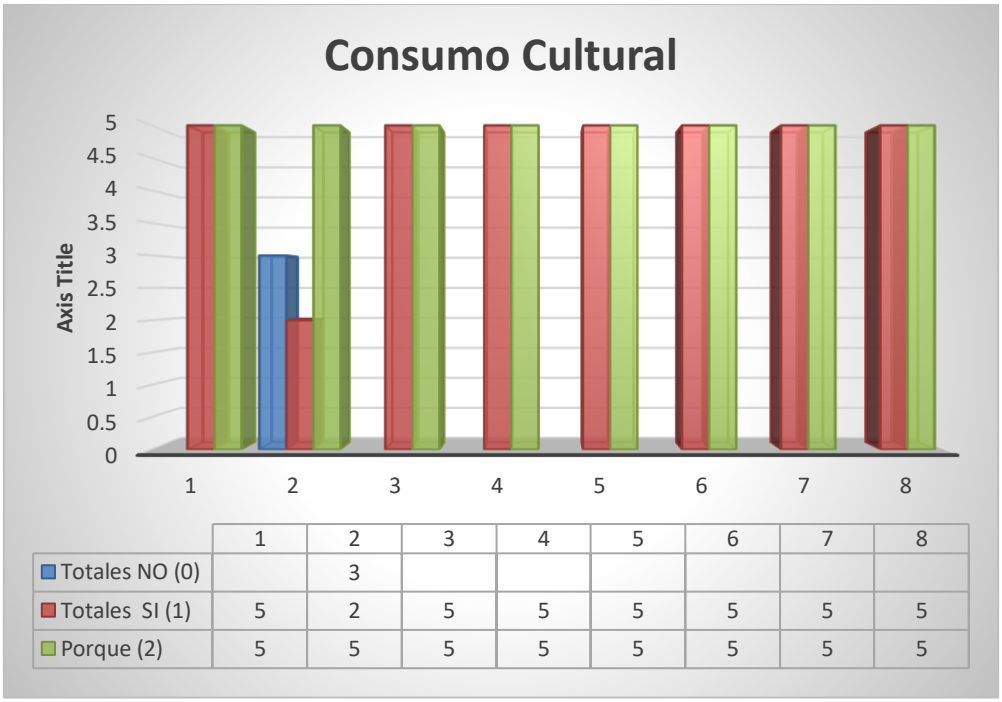
En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo trágico las características principales que observaron fueron el sufrimiento y la muerte.

Cómico	Totales NO	Totales SI
Ironía	5	
Sátira	5	
Burlesco	4	1
Ridículo	3	2



En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo cómico solo cabe destacar que solo dos personas observaron lo ridículo y tres no lo vieron.

Consumo Cultural	Totales NO (0)	Totales SI (1)	Porque (2)
1		5	5
2	3	2	5
3		5	5
4		5	5
5		5	5
6		5	5
7		5	5
8		5	5



En el consumo cultural contestaron todas las respuestas al 100% solamente en la segunda pregunta, tres de los cinco encuestados contestaron que no.

5.7 CUESTIONARIO ANÁLISIS CUANTITATIVO

5.7.1 Nombre de la película: Ghost in the shell

2: SI

1: NO

0: NO CONTESTO

I. Aspectos que identificas

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Mágicos	ABRIL LARA FLORES	OSCAR MONTOYA VELAZQUEZ	ITZEL JIMÉNEZ CASTILLO	ROCIO CHÁVEZ VITERVO	NORBERTO HERNÁDEZ LÓPEZ	TOTAL
Seres Sobrenaturales	2	2	2	2	2	2=5
Dioses	1	1	1	1	1	1=5
Superpoderes	2	2	1	2	2	1=1/2=4
Artefactos o utensilios.	2	2	2	2	2	2=5
Creencias	1	1	2	1	2	1=3/2=2
Mitos y leyendas	2	2	1	1	2	1=2/2=3
Totales	1=2/2=4	1=2/2=4	1=2/2=3	1=3/2=3	1=1/2=5	1=10/2=19

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Políticos	ABRIL LARA FLORES	OSCAR MONTOYA VELAZQUEZ	ITZEL JIMÉNEZ CASTILLO	ROCIO CHÁVEZ VITERVO	NORBERTO HERNÁDEZ LÓPEZ	TOTAL
Liderazgo	2	2	2	2	2	2=5
Libertad	2	2	0	1	2	0=1/1=1/2=3
Responsabilidad	1	2	2	1	2	1=2/2=3
Normas	2	0	0	2	2	0=2/2=3
Autoridad	2	2	2	1	2	1=1/2=4
Corrupción	2	2	2	2	2	2=5
Totales	1=1/2=5	0=1/2=5	0=2/2=4	1=3/2=3	2=6	0=3/1=4/2=23

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Sociales	ABRIL LARA FLORES	OSCAR MONTOYA VELAZQUEZ	ITZEL JIMÉNEZ CASTILLO	ROCIO CHÁVEZ VITERVO	NORBERTO HERNÁDEZ LÓPEZ	TOTAL
Solidaridad	2	2	2	2	2	2=5
Diálogo	2	2	2	2	2	2=5
Discriminación	1	1	0	1	2	0=1/1=3/2=1
Intolerancia	1	1	0	1	2	0=1/1=3/2=1
Totales	1=2/2=2	1=2/2=2	0=2/2=2	1=2/2=2	2=4	0=2/1=6/2=12

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Éticos	ABRIL LARA FLORES	OSCAR MONTOYA VELAZQUEZ	ITZEL JIMÉNEZ CASTILLO	ROCIO CHÁVEZ VITERVO	NORBERTO HERNÁDEZ LÓPEZ	TOTAL
Bondad	2	2	2	2	1	1=1/2=4
Honestidad	1	2	2	1	1	1=3/2=2
Deslealtad	2	2	0	1	2	0=1/1=1/2=2
Lealtad	1	2	2	2	2	1=1/2=4
Caridad	1	2	0	1	1	0=1/1=3/2=1
Deshonestidad	0	0	2	2	2	0=2/2=3
Traición	2	1	2	2	2	1=1/2=4
Totales	0=1/1=3/2=3	0=1/1=1/2=5	0=2/2=5	1=3/2=4	1=3/2=4	0=4/1=10/2=21

Participante	1	2	3	4	5	
Aspectos Psicológicos	ABRIL LARA FLORES	OSCAR MONTOYA VELAZQUEZ	ITZEL JIMÉNEZ CASTILLO	ROCIO CHÁVEZ VITERVO	NORBERTO HERNÁDEZ LÓPEZ	TOTAL
Voluntad	2	0	2	2	2	0=1/2=4
Miedo	2	2	2	1	1	1=2/2=3
Cobardía	1	1	0	1	1	0=1/1=4
Afectuoso	2	2	1	2	1	1=2/2=3
Egoísmo	2	1	2	1	1	1=3/2=2
Totales	1=1/2=4	0=1/1=2/2=2	0=1/1=1/2=3	1=3/2=2	1=4/2=1	0=2/1=11/2=12

II. La estética en la animación japonesa

Participante	1	2	3	4	5	
Bello	ABRIL LARA FLORES	OSCAR MONTOYA VELAZQUEZ	ITZEL JIMÉNEZ CASTILLO	ROCIO CHÁVEZ VITERVO	NORBERTO HERNÁDEZ LÓPEZ	TOTAL
Belleza	2	2	2	2	2	2=5
Agradable	1	2	2	1	2	1=2/2=3
Apacible	1	1	2	1	2	1=3/2=2
Totales	1=2/2=1	1=1/2=2	2=3	1=2/2=1	2=3	1=5/2=10

Participante	1	2	3	4	5	
Grotesco	ABRIL LARA FLORES	OSCAR MONTOYA VELAZQUEZ	ITZEL JIMÉNEZ CASTILLO	ROCIO CHÁVEZ VITERVO	NORBERTO HERNÁDEZ LÓPEZ	TOTAL
Deforme	1	1	1	1	2	1=4/2=1
Desagradable	2	1	1	2	2	1=2/2=3
Lo repugnante	2	1	2	1	2	1=2/2=3
Lo absurdo	1	2	1	2	2	1=2/2=3
Lo caótico	2	2	2	1	2	1=1/2=4
Lo tenebroso	2	1	2	1	2	1=2/2=3
Totales	1=2/2=4	1=4/2=2	1=2/2=3	1=4/2=2	2=6	1=12/2=17

Participante	1	2	3	4	5	
Trágico	ABRIL LARA FLORES	OSCAR MONTOYA VELAZQUEZ	ITZEL JIMÉNEZ CASTILLO	ROCIO CHÁVEZ VITERVO	NORBERTO HERNÁDEZ LÓPEZ	TOTAL
La compasión	1	2	1	2	2	1=2/2=3
La ira	2	2	2	1	2	1=1/2=4
El horror	1	1	2	1	2	1=3/2=2
La indignación	1	1	2	2	2	1=2/2=3
La derrota o el fracaso	1	2	1	1	2	1=3/2=2
La muerte	2	2	1	1	2	1=2/2=3
El sufrimiento	2	2	2	1	2	1=1/2=4
Total	1=4/2=3	1=2/2=5	1=3/2=4	1=5/2=2	2=7	1=14/2=21

Participante	1	2	3	4	5	
Cómico	ABRIL LARA FLORES	OSCAR MONTOYA VELAZQUEZ	ITZEL JIMÉNEZ CASTILLO	ROCIO CHÁVEZ VITERVO	NORBERTO HERNÁDEZ LÓPEZ	TOTAL
La ironía	1	1	1	2	1	1=4/2=1
La sátira	1	1	2	1	2	1=3/2=2
Lo burlesco	1	1	1	1	1	1=5
Lo ridículo	1	1	1	1	1	1=5
Total	1=4	1=4	1=3/2=1	1=3/2=1	1=3/2=1	1=17/2=3

III. Análisis del consumo cultural

SI=1

NO=0

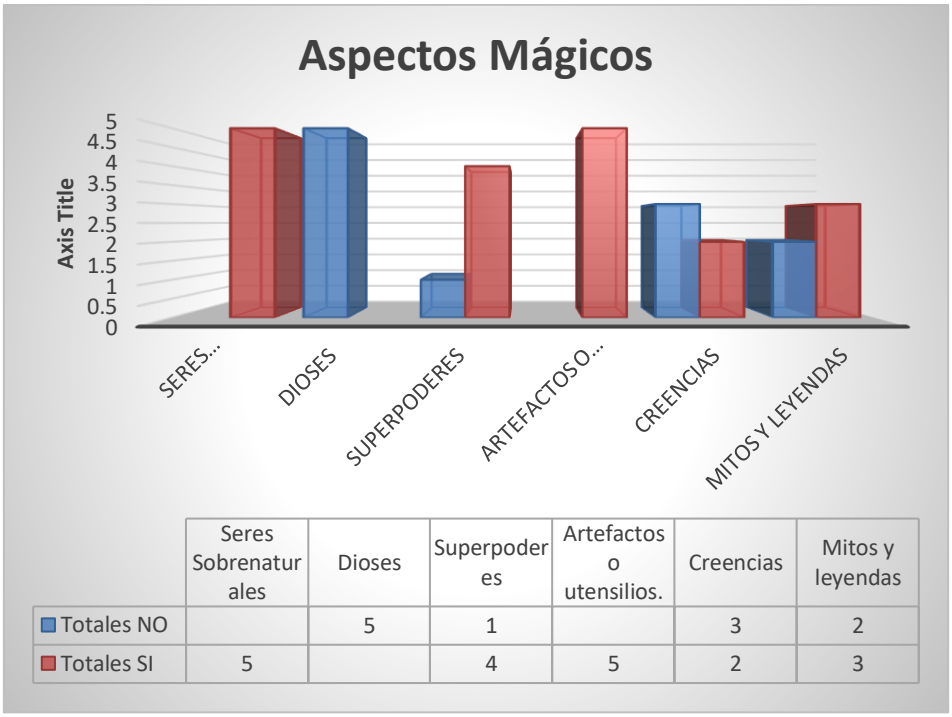
PORQUE=2

Participante	1	2	3	4	5	
CONSUMO CULTURAL	ABRIL LARA FLORES	OSCAR MONTOYA VELAZQUEZ	ITZEL JIMÉNEZ CASTILLO	ROCIO CHÁVEZ VITERVO	NORBERTO HERNÁDEZ LÓPEZ	TOTAL
¿Recomendarías la película a otra persona?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1y 2	1=5/2=5
¿Comprarías el producto original?	0 y 2	1 y 2	1 y 2	0 y 2	1 y 2	0=2/1=3/2=5
¿Buscarías otros títulos de animación japonesa?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	0 y 2	1	0=1/1=4/2=4
¿Cuál es el género literario de la película animada?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1=5/2=5
	Ciencia Ficción	Ciencia Ficción	Acción y Ciencia Ficción	Ciencia Ficción	Ciencia Ficción /Policiaca	
¿Investigarías más sobre el autor o el género del anime?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1	1=5/2=4
¿Verías una película de animación japonesa en internet?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1	1=5/2=4
¿Cuál plataforma elegirías para ver una animación japonesa?	1 y 2	1 y 2	1 y 2	1 y2	1 y 2	1=5/2=5

¿Visitarías Japón?	1 y2	1 y 2	1 y2	0 y 2	1 y 2	0=1/1=4/2=5
Totales	0=1/1=7/2=8	1=8/2=8	1=8/2=8	0=3/1=5/2=8	1=8/2=5	0=4/1=36/2=37

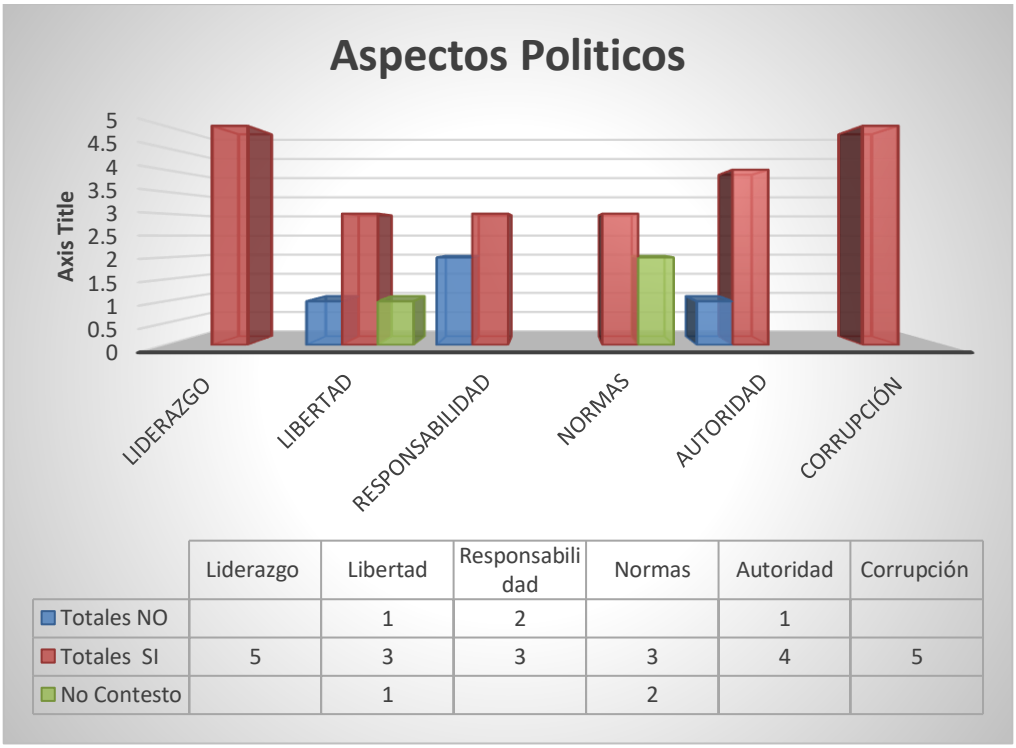
5.7.2 Análisis de resultados de la película: Ghost in the shell

Aspectos Mágicos	Totales NO	Totales SI
Seres Sobrenaturales		5
Dioses	5	
Superpoderes	1	4
Artefactos o utensilios.		5
Creencias	3	2
Mitos y leyendas	2	3



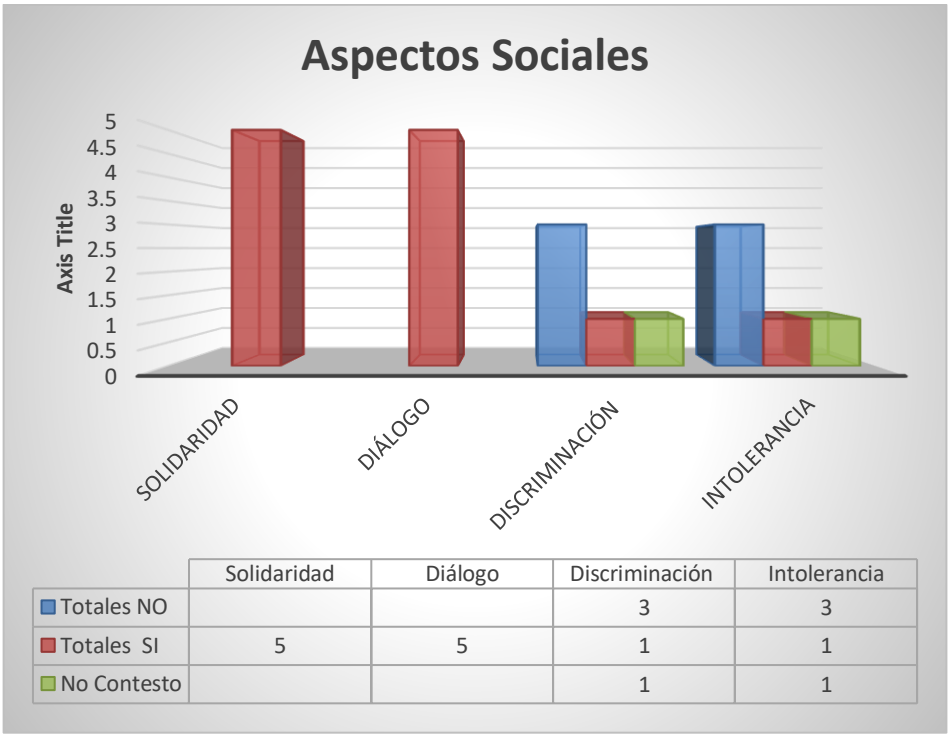
En los aspectos mágicos la mayoría de los participantes observaron los seres sobrenaturales, artefactos o utensilios.

Aspectos Políticos	Totales NO	Totales SI	No Contesto
Liderazgo		5	
Libertad	1	3	1
Responsabilidad	2	3	
Normas		3	2
Autoridad	1	4	
Corrupción		5	



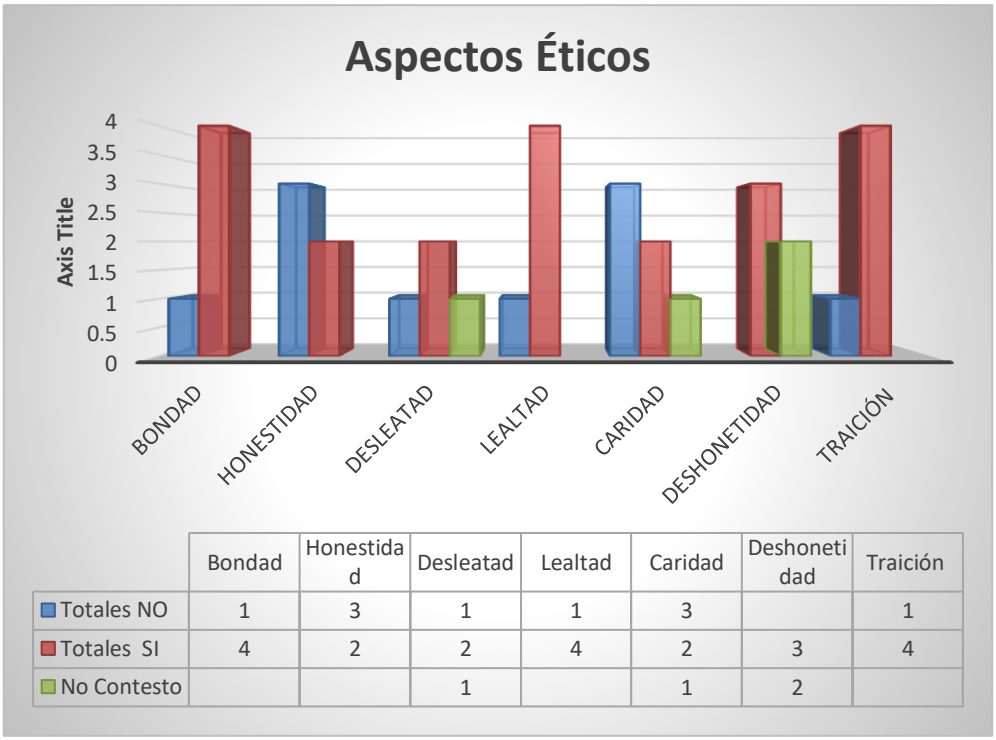
En los aspectos políticos la mayoría de los participantes observo liderazgo y corrupción posteriormente cuatro personas mencionaron la autoridad, tres responsabilidades, normas al igual que la libertad.

Aspectos Sociales	Totales NO	Totales SI	No Contesto
Solidaridad		5	
Diálogo		5	
Discriminación	3	1	1
Intolerancia	3	1	1



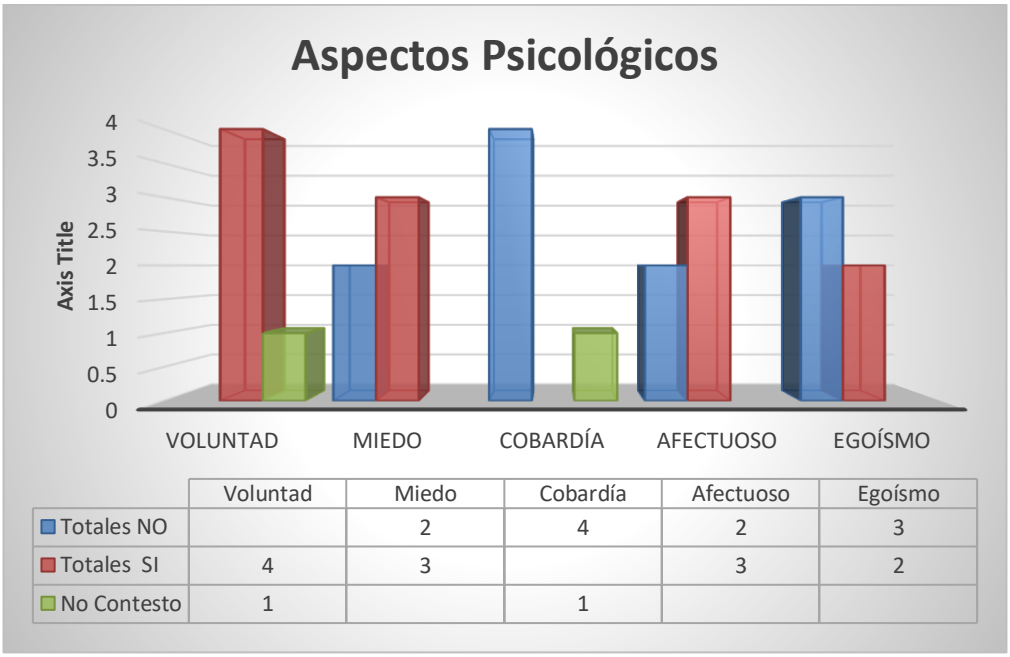
Los aspectos sociales la mayoría de los participantes observaron la solidaridad y el dialogo.

Aspectos Éticos	Totales NO	Totales SI	No Contesto
Bondad	1	4	
Honestidad	3	2	
Deslealtad	1	2	1
Lealtad	1	4	
Caridad	3	2	1
Deshonestidad		3	2
Traición	1	4	



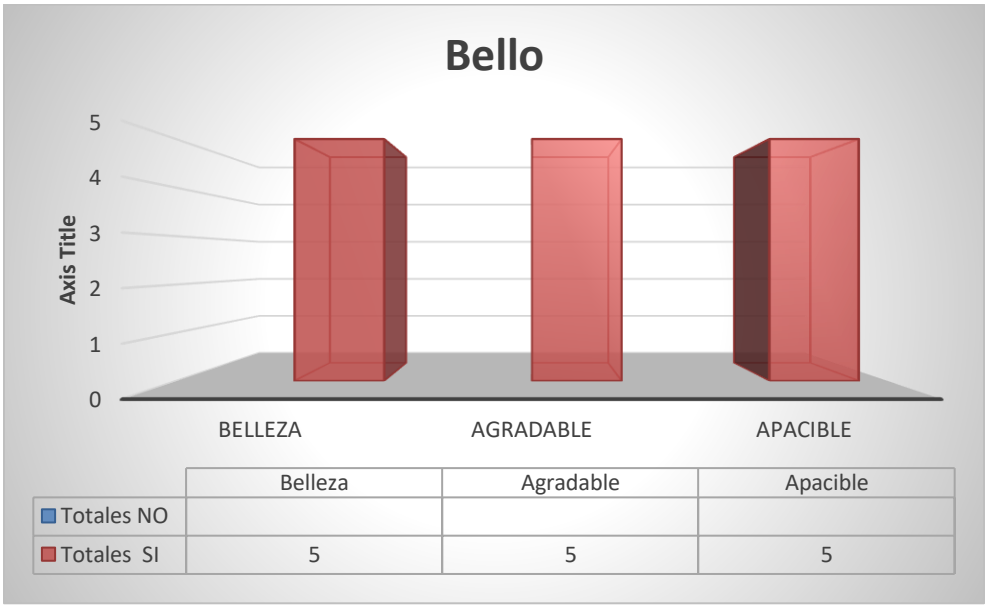
Los aspectos éticos la bondad, la lealtad y la traición fueron los que tuvieron mayor índice de respuesta.

Aspectos Psicológicos	Totales NO	Totales SI	No Contesto
Voluntad		4	1
Miedo	2	3	
Cobardía	4		1
Afectuoso	2	3	
Egoísmo	3	2	



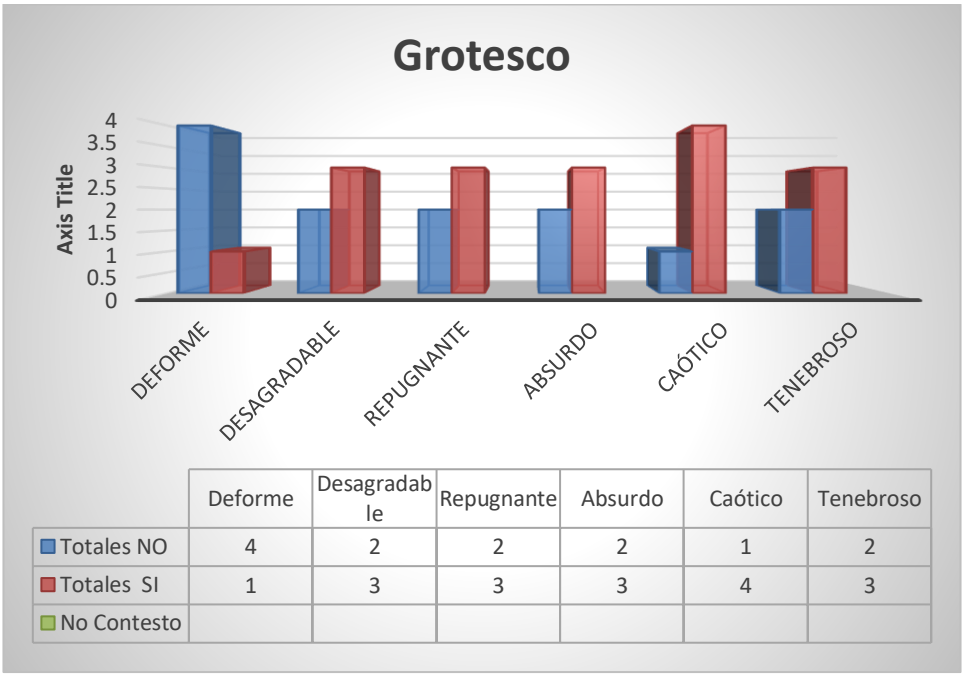
Los aspectos psicológicos la voluntad con mayor participación

Bello	Totales NO	Totales SI
Belleza		5
Agradable		5
Apacible		5



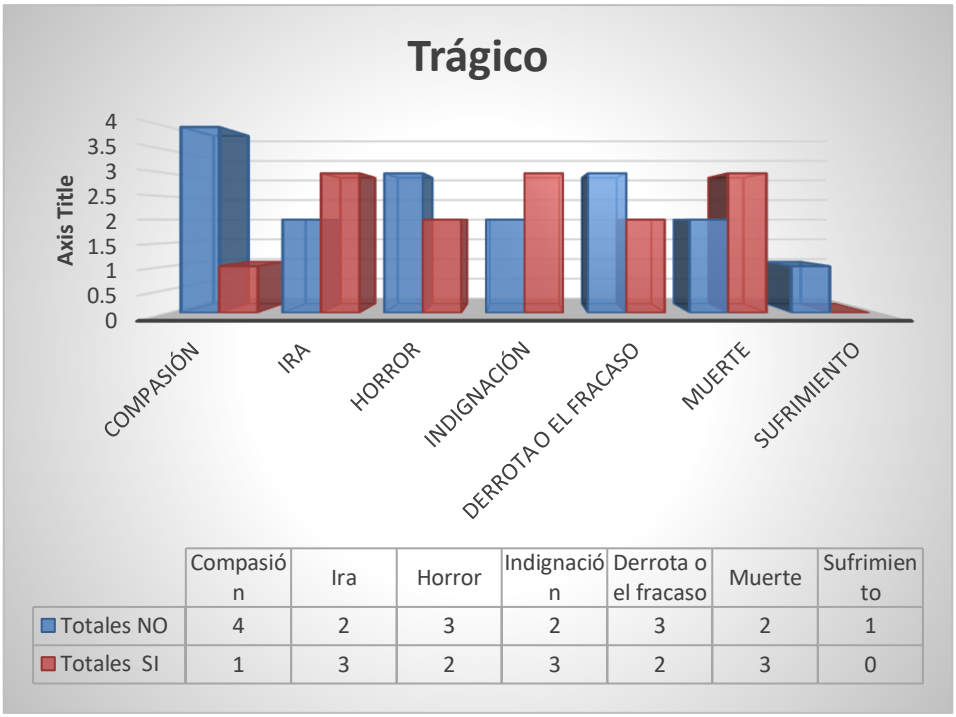
En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo bello observaron la belleza, lo agradable y apacible.

Grotesco	Totales NO	Totales SI	No Contesto
Deforme	4	1	
Desagradable	2	3	
Repugnante	2	3	
Absurdo	2	3	
Caótico	1	4	
Tenebroso	2	3	



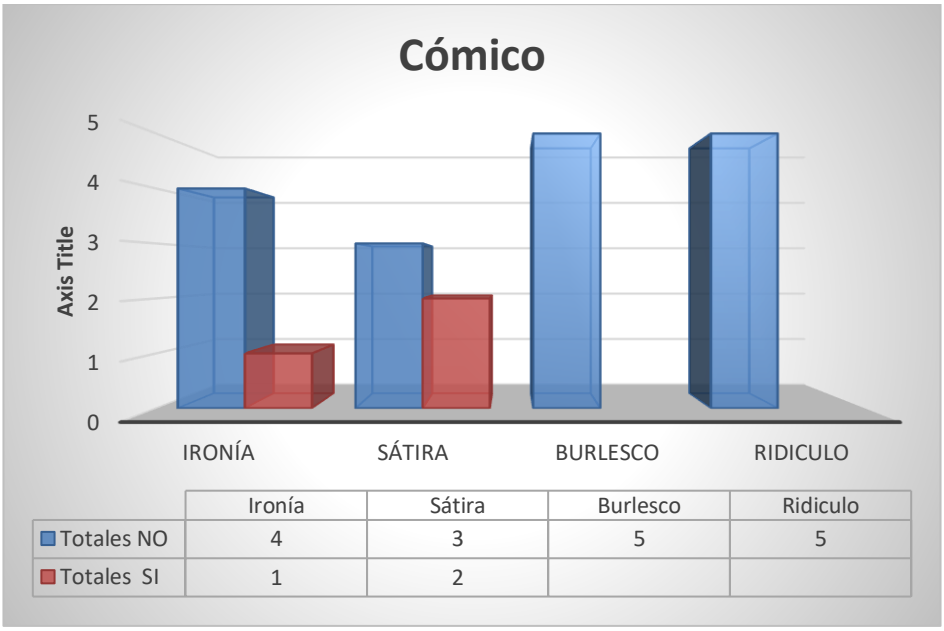
En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo grotesco las características principales que observaron fue lo caótico posteriormente le siguen lo desagradable, repugnante y absurdo.

Trágico	Totales NO	Totales SI
Compasión	4	1
Ira	2	3
Horror	3	2
Indignación	2	3
Derrota o el fracaso	3	2
Muerte	2	3
Sufrimiento	1	0



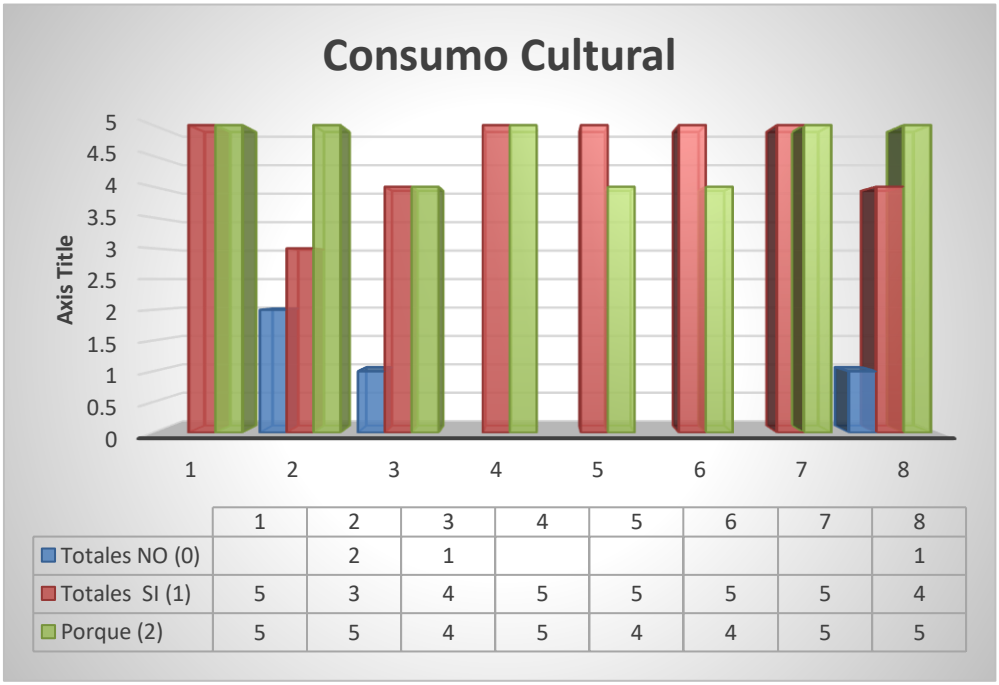
En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo trágico las características principales que observaron son el sufrimiento y la muerte.

Cómico	Totales NO	Totales SI
Ironía	4	1
Sátira	3	2
Burlesco	5	
Ridículo	5	



En la parte estética de la animación japonesa dentro de la categoría de lo cómico solamente una persona observo la ironía y dos personas de la sátira.

Consumo Cultural	Totales NO (0)	Totales SI (1)	Porque (2)
1		5	5
2	2	3	5
3	1	4	4
4		5	5
5		5	4
6		5	4
7		5	5
8	1	4	5



El consumo cultural contestó todas las respuestas al 100% solamente en la segunda pregunta, contestaron que no, y una sola respuesta negativa en la tercera y octava pregunta.

CONCLUSIONES

La animación japonesa, conocida generalmente como anime posee una gran relevancia en el mundo cinematográfico, después del cine es el mayor consumo a nivel mundial con una alta demanda de contenidos en dibujos animados en el que se transmiten una serie de valores sociales, políticos, psicológicos, culturales teniendo en cuenta que la base de su creación es una narración adecuada con personajes atractivos, mediante una sucesión de imágenes que aparecen en pantalla, constituyendo un recurso fácil y accesible a la mayoría de la población infantil y adulta en el que ahora, se representan también a través de otros medios de comunicación como son los videojuegos, la animación como expresión artística, fue un cambio en el entretenimiento al generar ganancias en esta era digital.

El inicio de la animación se da con el objetivo de entretener a un grupo de asistentes que por medio de dibujos e interacciones relatan una historia, con situaciones sociales y de la vida cotidiana en una época en el que mucha gente no podía leer ni escribir, fue una manera de acercarse al público, era una alternativa que se estaba transformando a la par de la proyección del cine, predominó las artes escénicas como fueron las marionetas, títeres, el kabuki y la representación del teatro de sombras de esta manera podrían transmitir a los adultos leyendas, mitos y cuentos que había en la tradición oral, ahora podían realizarlo por medio del movimiento de imágenes, sin embargo, a principios del siglo XX por medio de la animación comprendían ciertos temas y qué posteriormente se volvió una propaganda política e ideológica en el que tanto japoneses como norteamericanos en el auge de la segunda guerra mundial lo usaron a su favor, podemos pensar que el inicio de la animación era para el público adulto, la novela gráfica en el dibujo (manga) y la representación gráfica de la animación en el espectador tendrían más afinidad reproduciendo las formas simbólicas en el mensaje.

La importancia de la identidad cultural como memoria colectiva en la animación japonesa se da principalmente en los jóvenes, pueden dar a conocer de forma inmediata los códigos y diferenciarse de los demás, con sus gustos, que son bien definidos con actitudes, y valores que exaltan la cultura oriental en estas expresiones audiovisuales. La identidad se expresa como un sentido de pertenencia al obtener de un anime un producto que lo relacionen con el otro y que se dé a conocer al mundo, puede ser un objeto de colección, adaptar un personaje de anime y caracterizarse, la música, la comida, es importante mencionar que las personas aficionadas en su conjunto se le denomina cultura otaku, ya no de forma peyorativa, sino de alto consumo y apasionarse a las producciones audiovisuales de la animación japonesa. La asimilación convierte en la producción de un producto que no se queda estático sino dinámico en reproducir las expresiones culturales que representa al aficionarse, el que se ha expandido en distintas plataformas e incluso medios como lo son videojuegos y realidad virtual.

La construcción social se compensa por medio de las animaciones norteamericanas como es el caso de Walt Disney-Pixar, que se quedaron en el imaginario colectivo personajes mediáticos que tienen influencia en la población en la cultura de mercado, así como Estudios Gibli una de las compañías más importantes en Japón generó una influencia global para la industria cultural del anime.

La animación mexicana hoy tiene la oportunidad de impulsar su propia animación que pueda renacer en una industria cultural, recientemente los cineastas Alfonso Cuarón. Guillermo del Toro y Alejandro Gonzáles Iñarritu, ganadores del Oscar dieron el primer paso en ganar en la cinematografía con sus aportaciones, este último con un premio honorifico de la academia por exponer con lo más reciente de la tecnología la realidad virtual en una exposición temporal en la Ciudad de México, sin duda es el camino a seguir emprendiendo sus propios productos culturales; tal vez sea conveniente la exaltación del día de muertos u otras referencias culturales mexicanas que se encuentran en el imaginario, y también en la creación de tener sus propios personajes sin caer en el estereotipo.

La estética en la animación japonesa tiene características muy particulares como es el diseño de sus personajes por la manera de expresar sentimientos de amor, uniforme, apasionada, por algo o por alguien, en sus actitudes, pensamientos y frases dónde de forma explícita y en público las emociones es su prioridad, esto es, lo que ha demostrado la animación en crear distintos géneros con historias interesantes e incluso en la construcción de la narrativa que son ajenas a nuestra vida cotidiana pero transmiten lo bello de la pasión y la ternura del afecto de los japoneses podrían ser el origen de la estética de lo "*kawaii"*, es decir, la expresión audiovisual emana de lo adorable y cálido qué ramifica a lo social y lo cultural rebasando las fronteras del idioma marca tendencia desde la ropa, el diseño, la moda, el cine, la música japonesa (J-Pop), el manga, los videojuegos, la comida, la arquitectura, electrónico de consumo, incorporando la experiencia de lo bello en la estética de la animación japonesa que dio origen a la ternura y la pasión que se expresa en los personajes compartiendo códigos simbólicos que construyen valores.

La expresión de afecto que se reflejan en los ojos de los personajes para sentir un cariño de cuidado se genera en el movimiento *Cool Japan*, la superpotencia cultural, es un sector estratégico en la creación de una promoción de las industrias creativas para promover la producción cultural en campañas relacionadas al gourmet, idols y el anime de forma que la sociedad y la mercadotecnia asume sin complicaciones la exposición al público la capacidad de influir indirectamente en el comportamiento o los intereses a través del manga y el anime en la infantilización como aproximación de la identidad cultural supone un desarrollo económico en la cultura de mercado.

En la nueva era de la modernidad es de suma importancia que la aportación de la industria cultural del anime conduce nuevos caminos como entretenimiento audiovisual como son los videojuegos que conlleva a crear tecnologías que vayan de la mano a la realidad virtual, la animación que se asemejaría a la realidad como experiencia estética.

El triunfo de la marca y el diseño es el resultado de la estética de consumo y la diversión en el inmediato, el arte se convierte en un elemento indispensable en todo el proceso productivo, su aliado es la creatividad, la eficacia, y la calidad como carta de presentación que comunica el entretenimiento como un híbrido del disfrute del espectador sería el resultado de la competencia en la lógica del mercado, es importante comentar que todo lo que se pone a la venta y obtiene ganancias no necesariamente es artístico, un ejemplo, la recaudación de una película que gana millones; hay algunas producciones excelentes pero otras son detestables, se piensa que el valor económico es lo único dejando atrás la parte creativa que podría ser débil en el guion, en los personajes y una actuación mediocre solo tenemos una perspectiva que es el interés económico y la carga ideológica que representa pero una alternativa es averiguar con profundidad el valor artístico de los objetos culturales, que no sean meramente adornos kitsch sin sentido pero que ahora sea valorizada estéticamente como atributo inherente que se entrega inmediatamente una visión de apego al consumo por sus cualidades y satisfacciones que le transmiten al público en un sistema que valora el placer, las sensaciones, las emociones y los consumidores quieren cosas bellas entendiendo que el capitalismo artístico del consumo sea personalizada y con su propio estilo, el espectador decide siempre la búsqueda del placer y compartir al otro su experiencia, es cuando el objeto artístico se considera un valor con carga simbólica llena de significados para el público, no es lo mismo el capitalismo financiero de la bolsa de valores que el capitalismo artístico de las producciones audiovisuales, musicales, escénicas, graficas, como son el manga, el anime, los videojuegos, la realidad aumentada, virtual como valor artístico.

Las empresas culturales como estrategia de mercado desarrollan la publicidad, la comunicación, el diseño, estudios de público para acercar al espectador a la obra artística se vuelven en agentes culturales en el que difunden la calidad del hiperconsumo en la sociedad. Es necesario la gestión y promoción cultural para impulsar la creatividad de contenidos, en el desarrollo de animación y videojuegos en el que es necesario los estudios culturales y académicos en las distintas áreas para comprender la realidad en esta era tecnológica e Informática. El gestor cultural como interlocutor en la generación de empresas creativas, escuelas de especialización, centros de estudio, observatorios culturales, colectivos multidisciplinarios y artísticos, realizando una adecuada metodología para la interpretación de la animación.

Considero que la sociedad mexicana, debe dar el siguiente paso, la importancia en las industrias culturales; leyes generales que fomenten a las industrias creativas, impulsar un desarrollo de políticas culturales al reconocer a los autores y creativos artísticos, leyes de protección artística audiovisual de la animación y el videojuego, el desarrollo económico de empresas creativas, consolidar una marca identitaria en la promoción de bienes y servicios, destinos culturales, artísticos y patrimoniales, una secretaria o departamento especializado para la industria de la animación y el videojuego, proyecciones y festivales para los autores nacionales e internacionales, en la parte gubernamental, así como en las

universidades, creando centros de estudios de investigación, observatorios culturales, coloquios o seminarios, en las empresas una área técnica, diagnósticos culturales, estudios de público, mesas de trabajo para el análisis de los temas, salas interactivas y de relaciones horizontales para el diálogo continuo, acercarse a los clubs, círculos de estudios, talleres, reuniones de aficionados, convenciones, paneles, conferencias e interactuando en los eventos y espacios dedicados al anime, manga y el videojuego.

El investigador observa y registra los datos con la mayor fuente de documentos; artículos académicos, libros, revistas hasta expresiones artísticas como son las fotografías, el cine, la música, conferencias, talleres y hasta vivenciales que te involucras compartiendo códigos y que vivencialmente disfrutas con una experiencia más cercana entre analizar comportamientos y situaciones que den certeza sin caer en la adulación si no ser objetivos y claros en su contexto ya que algunas tesis que leía caía de forma irónica en solo en la perspectiva de los jóvenes que les preguntaban las definiciones y no en el proceso histórico y su transformación como industria cultural en la producción y su reproducción con el arte y su cultura o dejándose llevar con la desinformación de medios de comunicación que solo excluían esta forma de expresión.

Sabemos que la palabra “otaku” es peyorativa y, con una idea de lo extraño, pero no se debe caer en estereotipos, sería que los aficionados del anime con su propio estilo intervienen los códigos, símbolos y significaciones con su gusto reproducen y producen productos culturales de consumo, esto quiere decir que es un grupo social que comparte una increíble satisfacción por el anime, manga, videojuegos con el fin de comunicar su estilo de vida en su entorno.

El análisis de contenido me permitió averiguar los valores, la estética y el consumo cultural de tres películas de animación japonesa, en la primera que fue el Viaje de Chihiro todos los participantes contestaron a la mayoría de las preguntas, ellos encontraron los aspectos mágicos, sociales, éticos y psicológicos es interesante que las palabras clave sean liderazgo, responsabilidad, honestidad y la responsabilidad así que los aspectos de la magia sobresalen en el filme y en su experiencia estética lo bello lo grotesco y lo cómico fue de mayor impacto a los espectadores y el consumo cultural contemplaron en su mayoría que estaban propensos en adquirir, consumir y saber de la producción, recomendar más títulos de animaciones. Las producciones de Hayao Miyazaki es reconocida y que el público infantil y adulto se han apropiado de los personajes con el disfrute de cualquier género. La ciencia ficción y el drama de la producción fue con mayor aceptación para los espectadores.

En la película Kimi no naka wa (Your Name), los aspectos mágicos, sociales, éticos y psicológicos fueron de mayor impacto en la audiencia, en la experiencia estética de lo bello, lo caótico y lo trágico con un público dividido por comprender la historia dónde impera el caos y lo resolvieron en la pantalla en el desenlace del filme, en el consumo cultural de los cinco participantes solo tres mencionan que no comprarían el producto original, pero si buscarán otros títulos de anime y la recomendarían. Sin duda

Makoto Shinkai dio un nuevo respiro a la animación japonesa que no fuera Miyazaki, sin duda será icónica en el futuro como película de culto por el desenvolvimiento de la narración y sus personajes. Los espectadores identificaron el género de ciencia ficción, drama y romance siendo de su agrado. Y por último Ghost in the Shell, identificaron los aspectos mágicos, políticos, sociales, psicológicos y éticos, los espectadores observaron seres sobrenaturales, liderazgo, corrupción, solidaridad, dialogo, voluntad y traición en la experiencia estética lo bello y a la vez lo grotesco, lo trágico del sufrimiento y la muerte, así como lo cómico lo ridículo, lo burlesco con ironía y la sátira y en el consumo cultural los participantes la mayoría compraría el producto original y buscaría otros títulos de animación japonesa todos coincidieron que es un género de ciencia ficción. La crueldad y el incierto futuro de caos que impera en la película a pesar de eso los participantes se interesaron por la temática, pero no es para todo público es necesario tener un bagaje cultural, disentir en sus creencias personales, morales y sentir los problemas sociales y éticos que en el espectador provoca. Mamoru Oshii dio otra visión a un género poco tocado encantando al espectador, desde los gráficos y la dirección se convertiría en una cinta de culto del ciberpunk dentro de la animación japonesa que ha influenciado a cintas norteamericanas como Matrix.

Los participantes entre hombres y mujeres, mayores de dieciocho años, algunos tenían una noción de la animación japonesa y otros apenas se acercaban averiguar de que se trataba cómo era la temática, la trama de la historia y contemplar cintas de animación japonesa.

Debemos comprender que el consumo cultural se da entre las personas que transmite el propio espectador, el cuestionario de análisis de contenido que se realizó en esta investigación permite aplicarlo en varias producciones audiovisuales como herramienta de investigación profunda, se puede llevar a cabo en un anime, película, serie de televisión, telenovela, videojuegos. Las emociones y la experiencia estética que el espectador proyecta se pueden transportar a la mercadotécnica, la publicidad y la creación de objetos de consumo para facilitar su aceleración en la compra de souvenirs encausado en el fetiche y en el coleccionismo.

Las relaciones sociales y culturales adquieren estos productos culturales transformando a la industria del anime en un referente mundial, es necesario estudios de campo investigando cómo se fue creando los personajes, la historia, el guion para que posteriormente se realice una serie de categorías con valores y que sea agradable al espectador, encariñándose en algún punto clave en su experiencia emotiva y con las técnicas de persuasión publicitaria se convierta en un individuo de alto consumo cultural adquiriendo distintos productos tienen la intención que sea rentable y de colección.

Finalmente, la animación japonesa seguirá triunfando conforme se realicen nuevas historias y perfeccione la animación a la par con la tecnología ya sea en un anime, videojuegos o realidad virtual.

BIBLIOGRAFÍA

- Allen and Urwin, (1977.) *Para la revisión crítica del positivismo*, puede verse: FAY, B, B. *Social Tehory and Politicalpractice*, G., Londres.
- Alvarado, Y. Díaz, M. Vásquez, F. (2014). *Influencia del manga en la ilustración gráfica contemporánea en el Salvador y la búsqueda de una ilustración manga alternativa aplicada al campo laboral.* El Salvador: Universidad del Salvador Facultad de Ciencias y Humanidades Escuela de Artes. pp. 1-124.
- Amartya Sen, (2007). *identidad y violencia, La ilusión del destino*, Katz Editores, España. Pp. 43-68.
- Anjhara Gómez Aragón, (2016) Japón y occidente, el patrimonio cultural como punto de encuentro, Aconcagua Libro, Sevilla Pp. 1-782.
- Arrieta de Guzmán Teresa, 2003, El arte y sus clasificaciones, Madrid, PP, 43-66.
- B. Thompson John, (1998) "*Ideología y cultura moderna*". UNAM, Pag.161
- Berriatua Luciano, *El dibujo animado americano un arte del siglo xx*, Museos y Exposiciones Fundación Municipal de Cultura Ayuntamiento de Valladolid www.info.valladolid.es exposiciones@fmcva.org
- Bonfil Batalla Guillermo, 1987, *México Profundo, Una civilización negada, Grijalbo, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes,* México, D.F. Pp. *217-246.*
- Bordieu Pierre. (1988). *La distinción, criterios y bases de gusto social*. Madrid: Taurus.
- Crovi Druetta Delia, *Industrias culturales en México: reflexiones para actualizar el debate, Industrias culturales en México, estrategias y políticas gubernamentales*, UNAM, México. Pp. 13-60.
- Crovi Druetta Delia. (2013*). Industrias culturales en México. Estrategias y políticas gubernamentales*. En Industrias culturales en México: Reflexiones para actualizar el debate (Pp. 48-49). México, D.F.: Colección Tendencias.
- Cuenca Orozco David. (2016). *Discursos audiovisuales animados e interactivos: Un diálogo entre la animación japonesa y los videojuegos*. México: Tintable.
- Díaz Polanco Héctor, 2006, *El laberinto de la identidad*, UNAM, México D.F. Pp. 13-107.
- Eliade Mircea, *Mito y Realidad*, 1991, Colección Labor.
- Feyerabend, P. (1975) *Against Method: Outlines of and Anarchist Theory of Knowledge*, New left books, Londres.
- Folleto: *Ehon el origen del manga*, del 23 de enero al 17 de febrero 2012 Biblioteca central de la UNED planta baja paseo senda del rey nº 5 Madrid.
- G. Torrents Alba, *Robots, armaduras y mundos virtuales: tecnología e identidad en el anime*, Universidad Autónoma de Barcelona / Universidad Nacional de Córdoba Pp. 1-13.

- Garbuno Aviña Eugenio, 2012, *Estética del vacío, la desaparición del símbolo en el arte contemporáneo*, Colección Espiral, Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Artes Plásticas, México, Pp. 23-75.
- García Canclini Néstor. (1990). *Estrategias para entrar y salir de la modernidad. En Culturas Híbridas* (pp. 31-49). México: Grijalbo.
- García Canclini, Néstor. (1997). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad*. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Universidad de Colima. México.
- Garfias Frías José Ángel, (2013). *Teoría del Videojuego, El estudio serio del Entretenimiento*. En, Industrias Culturales en México reflexiones para actualizar el debate (375-394). México: colección Tendencias.
- Giménez, Gilberto (2005), "La concepción simbólica de la cultura", en Teoría y análisis de la cultura. México, Conaculta, 2005, pp. 67–87
- Gubern Román, 1996, *Del bisonte a la realidad virtual, La escena y el laberinto*, Editorial Anagrama, Barcelona. Pp. 133-185
- Guerrero Fortes Raúl, *Nacionalismo e imperialismo en el cine de animación japonés antes y durante la segunda guerra mundial*, Instituto Confucio de la Universitat de València, Pp. 1-13.
- Habermas Jurgen. (1996.) *Teoría y práctica: ensayos de filosofía social*. Buenos Aires: Sur.
- Harris, M, 1971, *Introducción a la antropología general*, Alianza Universidad, Madrid. Pp. 478-494.
- Horno López Antonio, *Con A de animación: Controversia sobre el origen del anime, Una nueva perspectiva sobre el primer dibujo animado japonés*, Pp. 106-118.
- Intriago Dialmar, Análisis de la influencia cultural del anime japonés en la recepción comunicológica de estudiantes de primer a tercer semestre de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil. Universidad De Guayaquil Facultad De Comunicación Social Carrera De Comunicación Social, Guayaquil, Ecuador, 2017, Pp. 1-90
- Jameson Fredric, 2003, *Ideología: un mapa de la cuestión, La posmodernidad y el mercado*, Fondo de Cultura Económica, España. Pp. 309-327.
- Jiménez, Rene. (2014). "*Influencia del manga en la ilustración gráfica contemporánea en el salvador y la búsqueda de una ilustración manga alternativa aplicada al campo laboral*,". El Salvador: Universidad de El Salvador. Facultad de Ciencias y Humanidades, Escuela de Arte.
- González Rey Fernando (2012). La subjetividad y su significación para el estudio de los procesos políticos: sujeto, sociedad y política. *Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos*. Bogotá: Biblioteca Latinoamericana De Subjetividades Políticas.
- León Galarza Andrea Camila. (2016). *Configuración de la subjetividad con relación al arte visual japonés a partir de la psicología del arte en Vigotsky*. Bogotá, Colombia: Fundación Universitaria los libertadores. Pp. 1-78.

- Lévi-Strauss Claude, (1987). Antropología estructural, Ediciones Paidós, Barcelona, Pp. 195-253.
- Lipovetsky Gilles, Serroy Jean, (2010). *La cultura mundo, Respuesta a una sociedad desorientada*, Editorial Anagrama, Barcelona. Pp. 47-112.
- Lipovetsky Gilles, Serroy Jean, 2015, *La estetización del mundo, Vivir en la época del capitalismo artístico*, Editorial Anagrama, Barcelona. Pp.188-218.
- Lipovetsky, G & Serroy J. (2010) Respuesta a una sociedad desorientada. En *La cultura-mundo* (108-112). Barcelona: Anagrama.
- López Noguero Fernando. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. Revista de Educación, 4, 167-179.
- Marchán Simón, 2006, *Real/Virtual en la estética y la teoría de las artes, Entre el retorno de lo real y la inmersión en lo virtual, consideraciones desde la estética y las prácticas del arte*, Paidós, Barcelona, Buenos Aires y en México. Pp. 29-101.
- Molinuevo Luis José, *La orientación estética*, Editorial Paidós. Pág. 100. Véase Fajardo Carlos, Hacia una nueva estética de la cultura:
- Mònica Arús, Cesc Casa desús, Joan Oller, Valentí Oviedo, Cristina Salvador, Anna Soler-Pont, (Julio 2011). *Guía de buenas prácticas de la gestión cultural*. Barcelona: Asociación de Profesionales de la gestión Cultural.
- Monsiváis Carlos. (2008). *Cultura Mexicana: Revisión y Prospectiva: De las ciudadanías culturales en siglo XXI.* (pp.17-18.) México, DF. bn: Editorial Taurus, Santillana ediciones generales.
- Monsiváis Carlos. (2008*). Cultura Mexicana: Revisión y Prospectiva: De las ciudadanías culturales en siglo XXI.* (pp.29-30.) México, DF. bn: Editorial Taurus, Santillana ediciones generales.
- Moro Martínez Juan, 2004, *La ilustración como categoría, una teoría unificada sobre arte y conocimiento, La ilustración en la era de la información*, Ediciones TREA, S.L, España. Pp. 171-238.
- Muñoz Blanca, 2005, *Modelos culturales, Teoría sociopolítica de la cultura, El modelo cultural del neoliberalismo, Capítulo IV la cultura como mercado*, Universidad Autónoma Metropolitana, Editorial ANTHROPOS, México. Pp. 95-127
- Muñoz Blanca. (2000). *Dialéctica del iluminismo*. En W. Adorno y M. Horkheimer Teoría crítica y cultura de masas (pp. 146-201.). Madrid: Fundamentos.
- Muñoz Blanca. (2005). *El modelo cultural del neoliberalismo, IV la cultura como mercado*. En Modelos Culturales Teoría sociopolítica de la cultura, (Pág. 95) México: Anthropos, UAM.
- Nájar, Salvador. (2008). El doblaje de voz Orígenes, personajes y empresas en México. Mexico: academia.edu www.salvadornajar.com.
- Nicholls, C. (2010). *Leonardo: El Vuelo De La Mente*. Madrid, España: Taurus.
- Ortega Mohedano Félix. (2013). *Propuesta Metodológica Para El Análisis De Contenido de la Parrilla de Televisión En Brasil: Análisis De Un Caso Práctico En el Estado de São Paulo.* abril 2, 2020, de Congreso Nacional sobre Metodología de la

Investigación en Comunicación Sitio web: propuesta metodológica para el análisis de Dialnetdialnet.unirioja.es.

- Ortíz abril, *Otakus: La ficción como forma de vida*, Serie Documentos de Trabajo Informes Destacados de Terreno NTI Antropología de la Ciudad y el Territorio Escuela de Antropología UAHC Pp. 1-77.
- Penley Constance, (1991). Time Travel, Primal Scence and the Critical Dystopia, en Penley, Constance (com), Close Encounters Film, Feminis, and Science Fiction, Minneapolis, University of Minnesota Press, pág.64.
- Pequeña guía de Japón Oficina, 2010, Oficina Nacional del Turismo Japonés, Pp. 1-48.
- Pérez Sián María José. (2009). *Hentai más allá de la pantalla. Antropología de la imagen Y análisis del discurso*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Historia Área de Antropología.
- Perillan Luis, *Otakus en Chile*, 2009, Universidad de Chile Facultad de Ciencias Sociales Departamento de Antropología, Pp. 1-94.
- Piñón Perales Francisco, 2010, *La representación grotesca en el anime*, Universidad Autónoma de Barcelona, Perífrasis. Vol. 1, N°2. Bogotá, julio - diciembre Pp. 95-112.
- Popper, K. (1963) *Conjetures and Refutation*s, Routledge and Kegan Paul, Londres.
- Propp Vladimir, E. Mélétinski, Morfologia Del Cuento, Las transformaciones de los cuentos maravillosos y del estudio estructural y tipológico del cuento, Editorial Fundamentos, Pp. 13-234.
- Rodríguez Bermúdez Manuel. (2007). *Animación una perspectiva desde México*. México: UNAM, pp. 130-145.
- Rodríguez Fernández Iván. (2014). *El realismo en el anime: Una perspectiva occidental a través de sus obras más populares.* Madrid: Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I Pp. 1-280.
- Ruiz Cecilia, 2014, *Propuesta el anime como profesorado en historia del arte de la Universidad de Carabobo*, Universidad de Carabobo Facultad de Ciencias de la Educación, Escuela de Educación, Departamento de Arte y Tecnología Educativa, Valencia.
- Samper de Zubiría Sergio, Abello Trujillo Ignacio, Tabares Marta, 1998, *Conceptos básicos de administración y gestión cultural*, Editado por la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación la Ciencia y la cultura [OEI]. Colección cuadernos de Iberoamérica. Pp. 1-59.
- Sánchez Vázquez, Alonso. (1992). *Invitación a la Estética*, Fenom Spanish Theory, pp. 1-18.
- Tanizaki, J. (2004) *Elogio de la Sombra*, Madrid, Siruela
- Toledo Francisco, Florescano Enrique, Woldenberg José, 2008, *Cultura Mexicana revisión y prospectiva*, Editorial Taurus, México. Pp. 17-326
- Vogler Christopher, El viaje del escritor, las estructuras míticas para escritores, guionistas, dramaturgos y novelistas, 1998, Ediciones Robinbook, Barcelona, pp. 11-335.

- Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor*. Barcelona: Robinbook.
- Yébenes Cortés María del Pilar. (2004). *Los lenguajes del código animado. estudio de la estética del anime (cine de animación japonés).* Madrid: Universidad Europea de Madrid. Pp. 1.8.
- Zaid Gabriel. (31 octubre 2006). El primer concepto de cultura. Letras Libres, 1.

MATERIAL REVISTAS:

- Cobos Tania. (2010). *Animación Japonesa Y Globalización: La Latinización Y La Subcultura Otaku En América Latina*, marzo 23 2020, de animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en américa latina sitio web: www.razonypalabra.org.mx
- Estrada Coyote, Vietnika Itzel (2012), *El perfil del gestor cultural en la ciudad de México*, Revista Digital de Gestión Cultural, Año 2, número 5, noviembre de 2012. Pp.36., Recuperado de http://www.gestioncultural.org.mx/revista/05/A2-N5-Estrada.pdf.
- Fernández Chaves Flory, 2002, *El análisis del contenido como ayuda metodológica para la investigación*, Revista de Ciencias sociales, Universidad de Costa Rica, vol. II, Pp. 35-53.
- García Núñez Roberto & García Huerta Dassaev, (enero-junio, 2014). *Una aproximación a los estudios sobre los otakus en Latinoamérica*, Año 6, número 10, Pp. 1-9
- García Núñez, Roberto & García Huerta Dassaev. (septiembre 2013 - febrero 2014). *Manifestaciones de la cultura popular del Japón en México: convenciones de cómics, anime y cosplay*. PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad, Num.5, pp. 1-17.
- García Población, Carmen (abril del 2006) "*Las raíces biológicas de la estética del manga y del anime*". paperback nº 2. ISSN 1885-8007. [Fecha de consulta: 23/02/2018] escueladeartenúmerodiez Sitio web: http://www.artediez.com/paperback/articulos/poblacion/raices.pdf
- López Felipe Ricardo Alfonso, *Influencia del anime en el cine de acción*, Cuadernos de Documentación Multimedia, Vol. 21 Año 2010. ISNN: 1575-9733 Pp. 279-315
- Martín, R. (2008). estadística y metodología de la investigación, Análisis de contenido. abril 10, 2020, de Estadística y Metodología de la Investigación Sitio web: https://previa.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf
- Meo Lorena Analia, *Animación japonesa. industrias culturales, medios masivos de comunicación y productos de la cultura pop nipona*, Facultad de Ciencias Sociales; Universidad de Buenos Aires (Argentina) Vol. 1, N.º 45 (enero-marzo de 2015) Pp. 358-372.
- Meo Lorena Analia, *Aproximaciones al anime: producción, circulación y consumo en el siglo XXI*, Revista de especialización de comunicación Facultad de Ciencias Sociales;

Universidad de Buenos Aires (Argentina) Vol. 1, N.º 51 (julio-septiembre 2016) Pp. 251-265.

- Montero Plata Laura, Los pioneros olvidados del anime: Kenzō Masaoka, Pp. 126-142.
- NIPPONIA. (2003). Reportaje Especial* La Animación Japonesa: Hechos y Cifras. abril 1, 2020, de NIPPONIA Sitio web: https://web-japan.org/nipponia/nipponia27/es/feature/feature02.html
- Ogáyar, F. Ojeda F. (2016). *El mito en la modernidad a través del anime japonés*. Revista Nuevas Tendencias en Antropología, N°7, pp. 111-132
- Parada Morales David, *Manga - anime: Una expresión artística que subjetiva al Otaku*, Tesis Psicológica, núm. 7, enero-junio, 2012, Fundación Universitaria Los Libertadores Bogotá, Colombia, Pp. 160-175.
- Población García Carmen, *Las raíces biológicas de la estética del manga y del anime*, Escuela de arte número diez N.º 2 | abril de 2006 Pp. 1-7.
- Porta L, Silva M. (2003). *La investigación cualitativa*: *El análisis de contenido en la investigación educativa.* abril 2, 2020, de Universidad nacional de Mar de Plata Sitio web: http://revistas.bibdigital.uccor.edu.ar/index.php/adiv/article/view/3211
- Román Laura Elena. (junio 1 de 2011). *Una revisión teórica sobre la gestión cultura*, Revista Digital de Gestión cultural, Año 1, número 1, pp. 1-17.
- Sánchez Vázquez, Alonso. (1992). *Invitación a la Estética*, Fenom Spanish Theory, pp. 1-18.
- Vaskes Santches Irina. (2008). *La transestética de Baudrillard: simulacro y arte en la época de simulación total*. marzo 20, 2020, de Investigación estética postmoderna Departamento de Artes Visuales y Estética Facultad de Artes Integradas Universidad del Valle Sitio web: http://www.scielo.org.co/pdf/ef/n38/n38a09.pdf

MATERIAL AUDIOVISUAL

- *Neko no Ongaeshi*. (2002). [DVD] Directed by H. Morita, T. Suzuki, N. Takahashi. (productores) Japón: Hiroyuki Morita. Studio Ghibli.
- *Ghost in the Shell*. (1995). [DVD] Directed by M. Oshii. Japón: Mamoru Oshii. Production I. G y Bandai Visual.
- *El viaje de Chihiro*. (2020). [DVD] Directed by H. Miyazaki. T. Suzuki (productor). Japón: Hayao Miyazaki. Studio Ghibli.
- *Kimi no Na wa (Your Name)*. (2014). [DVD] Directed by M. Shinkai, N. Kawaguchi and G. Kawamura. (productores). Japón: Makoto Shinkai. CoMix Wave Films.

MATERIAL POR INTERNET

- Angie. (2017). 10 tipos de Dere || Mucho más allá de Tsundere y Yandere. marzo 31, 2020, de Amino Sitio web: https://aminoapps.com/c/anime-es/page/blog/10-tipos-de-dere-mucho-mas-alla-de-tsundere-y-yandere/moKc_kuxEn5027dxd23GvmxPoBx0Zj7
- APAPA Mokona, CLAMP, Ohkawa Ageha, 1996, Card captor Sakura, Ilustración, Recuperado en https://cardcaptor-sakura-manga.com/manga/cardcaptor-sakura-chapter-50/
- Bardahl (2019). 27 de marzo 2020, de Bar dahl De México, S.A. De C.V Sitio web: https://www.bardahl.com.mx/carrazo
- Castillo René, ElectricalingMusic, 2014, septiembre 07, *Hasta los huesos / Down to the bone (Short Film) (HD)* Recuperado de YouTube https://www.youtube.com/watch?v=6Jaox1nnMc0
- Castro-Higueras Antonio. (octubre 2016). De las industrias culturales a las industrias creativas: una visión crítica. Researchgate, 1, pp. 1-18.
- Ceballos Noel. (2017). 15 años de 'El viaje de Chihiro', la obra maestra animada de los 00s. jueves 26 de marzo 2020, de CONDENET IBERICA S.L. Sitio web: https://www.revistagq.com/noticias/cultura/articulos/el-viaje-de-chihiro-miyazaki-15-aniversario/27108
- Clampers in Wonderland (cw). (20 de abril 2020). Clampers in Wonderland: Es un blog informativo que muestra la afición por el grupo CLAMP es un medio de promoción y difusión de sus obras. Ciudad de México. Recuperado de: https://www.facebook.com/ClampersinWonderland
- Clampers in Wonderland (cw). Clampers in Wonderland: Es un blog informativo que muestra la afición por el grupo CLAMP es un medio de promoción y difusión de sus obras. Ciudad de México. Recuperado de: https://www.facebook.com/events/1306218429451814/?acontext=%7B%22source%22%3A5%2C%22action_history%22%3A[%7B%22surface%22%3A%22page%22%2C%22mechanism%22%3A%22main_list%22%2C%22extra_data%22%3A%22%5C%22[]%5C%22%22%7D]%2C%22has_source%22%3Atrue%7D
- Cloudy Adriana. (2011). Breve Biografía de Tex Avery ¿A quién le debemos esa cómica locura de los dibujos animados? 15 de Mayo del 2018, de Blogger Sitio web: http://historiadedibujos.blogspot.com/2011/08/breve-biografia-de-tex-avery.html
- Discovery Channel, (2016, octubre 17) Entretenimiento | 2111 l Discovery Latinoamérica recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=KNAQfUJ7tFw
- Ejemplo de Mandarakes de idols japonesas, J-Pop. Recuperado: https://order.mandarake.co.jp/order/ListPage/list?categoryCode=0502&lang=en
- Galbraith W. Patrick. (2009). The Otaku Encyclopedia: An Insider's Guide to the Subculture of Cool Japan. marzo 31, 2020, de semanticscholar.org Stio web:

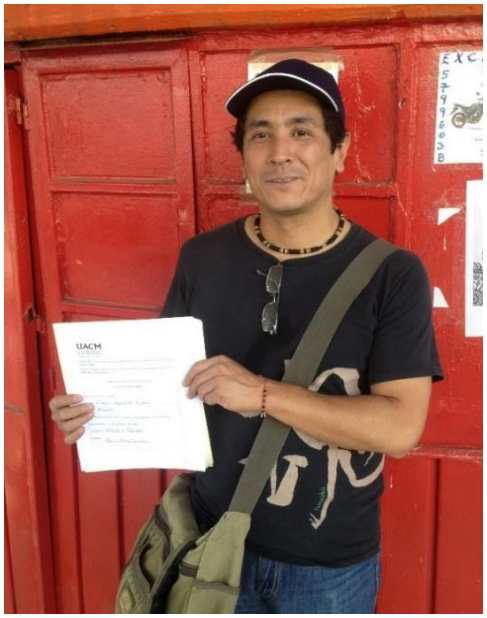
https://www.semanticscholar.org/paper/The-Otaku-Encyclopedia%3A-An-Insider's-Guide-to-the-Galbraith Schodt/e08d712278f6cd1296a8d429e5ac15fc43130479

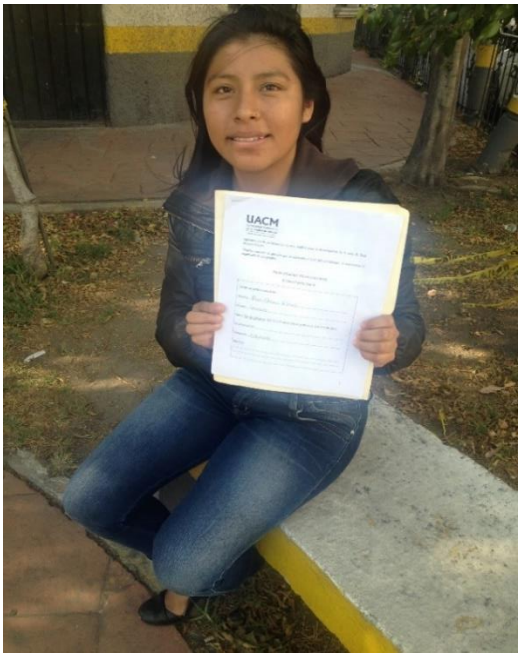
- Interactive Tokyo Map. (2008). Enero 15, 2019, de Interactive Tokyo Map Sitio web: http://tokyomap.com/
- Jorge Miguel. (2015). Akira: historia y curiosidades de un anime irrepetible. 26 Marzo 2020, de Gizmodo Sitio web: https://es.gizmodo.com/akira-historia-y-curiosidades-de-un-anime-irrepetible-1736984386
- Kitabayashi, K. (2004). The otaku group from a business perspective: Revaluation of enthusiastic consumers. marzo 31, 2020, de NRI Papers Sitio web: http://www.xjaymanx.com/xjaymanx_2006/Images-LVO /xjaymanx_nomura01a.pdf **https://www.nri.com/global/news/2005/051006.html**
- Martín, R. (2010). Análisis de Contenido. abril 2, 2020, de slideshare Sitio web: https://es.slideshare.net/rrepiso/anlisis-de-contenido-6413212
- Milenio Digital. (2020). Egresada de la UANL estrena caricatura en Cartoon Network. abril 2, 2020, de Milenio Digital Sitio web: https://www.milenio.com/ciencia-y-salud/sociedad/egresada-uanl-estrena-caricatura-cartoon-network
- Monterrosas Vigueras Abraham. (2019). Talento mexicano de exportación: Alan Ituriel, el 'Guillermo del Toro de la animación'. abril 2, 2020, de Abraham Monterrosas Vigueras. Yahoo Vida y Estilo Sitio web: https://es-us.vida-estilo.yahoo.com/talento-mexicano-de-exportacion-alan-ituriel-el-guillermo-del-toro-de-la-animacion-172102895.html
- Muñoz de la Peña Cosquet Liliana. (2016). Bugs Bunny en la Segunda Guerra Mundial. 12 de mayo del 2018, de sulfatoatomico Sitio web: http://www.sulfatoatomico.es/bugs-bunny-la-segunda-guerra-mundial/
- Nakamori Akio. (1983). Estudio de Otaku 1 La ciudad está llena de "otaku". Diciembre 18, 2018, de Museo"Manga Bricco Sitio web: http://www.burikko.net/people/otaku01.html/
- Sakura Entertainment MX (se). (20 de abril 2020) Sakura Entertainment MX: es un grupo dedicado a la realización de proyectos artísticos y eventos culturales relacionados con Asia. Recuperado de: https://www.facebook.com/SakuraEntertainmentMX
- Smith Carly. (2014). Hayao Miyazaki: el anime sufre porque la industria está llena de "Otaku". Diciembre 18, 2018, de escapistmagazine Sitio web: https://v1.escapistmagazine.com/news/view/131872-Hayao-Miyazaki-Anime-Suffers-Because-the-Industry-is-Full-of-Otaku
- Vértiz de la Fuente Columba. (2017). Óscar honorífico a González Iñárritu por su instalación de realidad virtual "Carne y arena". 1 Abril, 2020, de Revista Proceso Sitio web: https://www.proceso.com.mx/510874/oscar-honorifico-a-gonzalez-inarritu-instalacion-realidad-virtual-carne-arena
- Vicent Cristhian, Cómo Aprender A Dibujar Anime y Manga Paso A Paso [Guía Definitiva], Ilustración, https://practicarte.com/blog/como-aprender-dibujar-anime-manga-pasos/

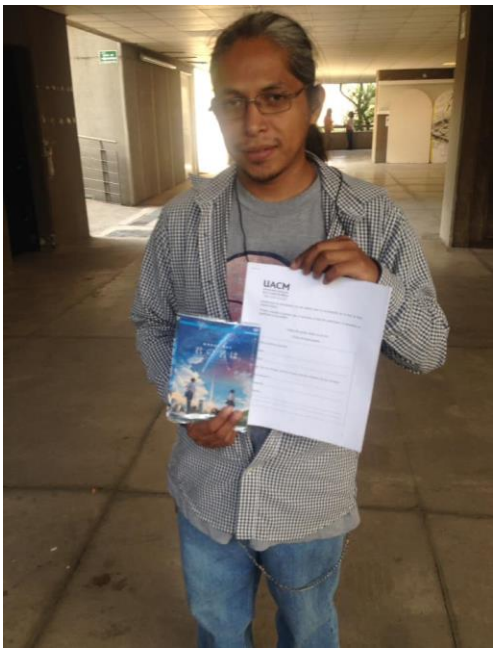
ANEXO 1

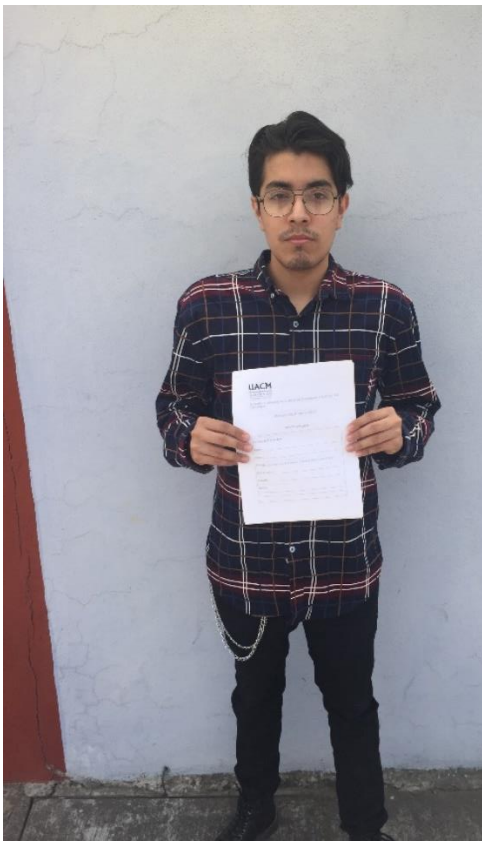
Algunas personas que fueron fotografiadas y que se les entregó personalmente el cuestionario.

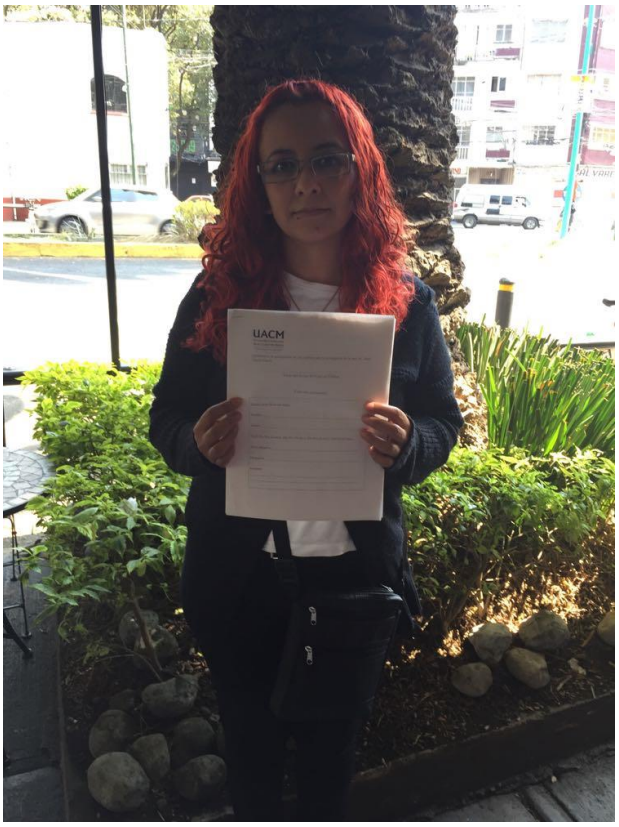


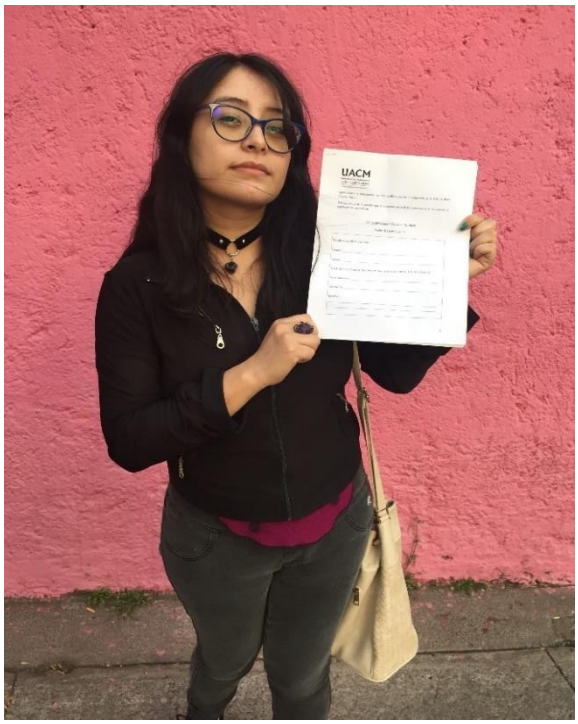












ANEXO 2



Fotografía tomada en las instalaciones del Centro de Convenciones Tlatelolco en la convención de TNT realizada el 1, 2 y 3 de noviembre del 2019.

Los asistentes viendo a la artista virtual "Hatsune Miku" en la Ciudad de México.



Fotografía realizada en el evento de la semana nacional del emprendedor del Del 10 al 14 de septiembre en la Expo Pyme en Bancomer Santa Fe. 2017.

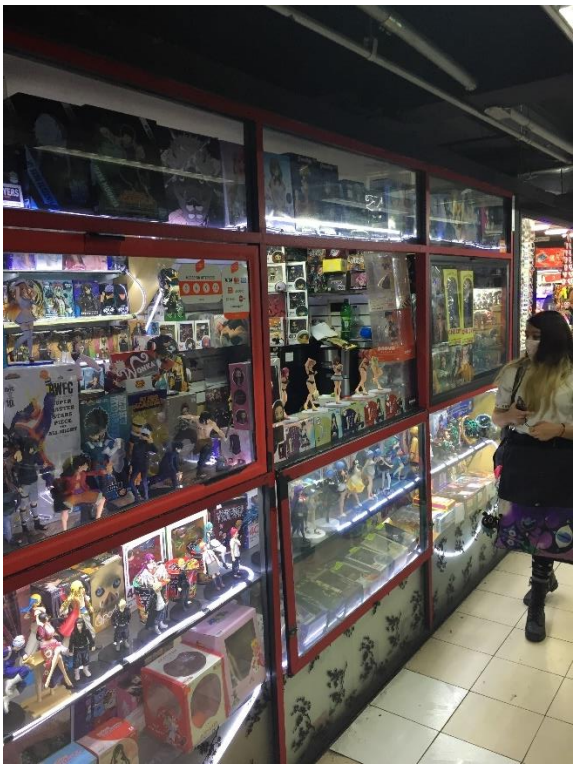
Los videojuegos como industria cultural.

Se produce, además, la intervención en los espacios propios, no nos referimos a espacios geográficos, sino en los tiempos de la creación de productos culturales japoneses y lenguajes contemporáneos como el *manga* y el anime, se hace referencia a la producción, distribución y consumo de dichos productos por los actores denominados: *aficionados al anime*.

- Frikiplaza dirección: en Eje Central Lázaro Cárdenas 9, Colonia Centro, Centro, Cuauhtémoc, 06000 Ciudad de México, CDMX
- Frikiplaza dirección: República de Uruguay 17, Centro Histórico de la Cdad. de México, Centro, Cuauhtémoc, 06000 Ciudad de México, CDMX.
- Fan Center Freak México - Eje central Lázaro Cárdenas No. 11 Col. Centro, 06010 Ciudad de México.
- Plaza Pikashop - Eje Central # 12 Entre Madero Y 16 De septiembre, 06010 Ciudad de México



La plaza de la Friki plaza con diferentes productos en exhibición





ANEXO 3

Como gestor y promotor cultural realice un evento dedicado a la animación japonesa que fue nombrado *Festival Clampers in Wonderland*,[107] el primer evento dedicado a las artistas e ilustradoras japonesas CLAMP que realizaron varias historias mangas y animes. Enfocado a una de las series más emblemáticas que es *Sakura Card Captor* se realizó el día 1 de abril del 2017 en la zona norte del municipio de Nezahualcóyotl.[108] Me apoyé de artistas del medio en el que se consideró solistas, grupos cover idol y un conjunto musical de anisong para el disfrute de los asistentes encausada a jóvenes y de sentido familiar con distintas actividades artisiticas y culturales. Además de cubrir con el evento realizando una empresa creativa nombrada Sakura Entertainment MX[109] para poder realizar de manera adecuada los permisos en el municipio, así como la publicidad del evento.



Claudia Bramnfsette, fotografía tomada en el evento.

[107] Clampers in Wonderland (cw). (20 de abril 2020). Clampers in Wonderland: Es un blog informativo que muestra la afición por el grupo CLAMP es un medio de promoción y difusión de sus obras. Ciudad de México. Recuperado de: https://www.facebook.com/ClampersinWonderland

[108] Clampers in Wonderland (cw). Clampers in Wonderland: Es un blog informativo que muestra la afición por el grupo CLAMP es un medio de promoción y difusión de sus obras. Ciudad de México. Recuperado de: https://www.facebook.com/events/1306218429451814/?acontext=%7B%22source%22%3A5%2C%22action_history%22%3A[%7B%22surface%22%3A%22page%22%2C%22mechanism%22%3A%22main_list%22%2C%22extra_data%22%3A%22%5C%22[]%5C%22%22%7D]%2C%22has_source%22%3Atrue%7D

[109] Sakura Entertainment MX (se). (20 de abril 2020) Sakura Entertainment MX: es un grupo dedicado a la realización de proyectos artísticos y eventos culturales relacionados con Asia. Recuperado de: https://www.facebook.com/SakuraEntertainmentMX



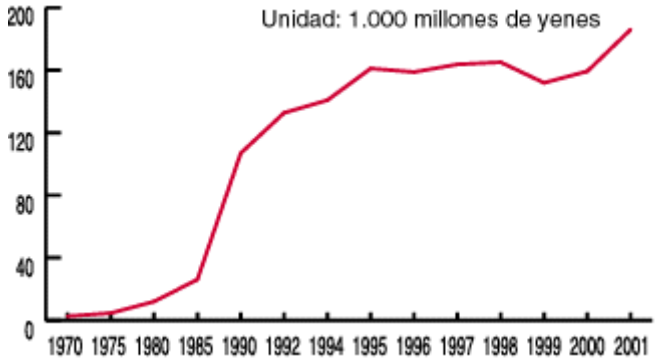
Grupo Cover Idol: Mondai Girls.



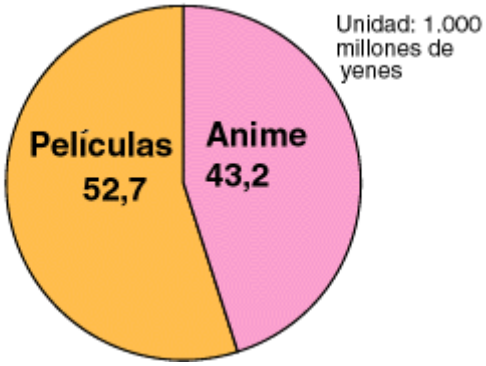
Grupo Anisong Just Lee Rock.

ANEXO 4

Fuentes: *Investigación sobre Sociedad de Informática y Medios de Comunicación, 2001*, Instituto de Comunicación de Dentsu; *Informe de Contenido Digital, 2002*, Asociación Japonesa de Contenido Digital; Datos 2001 publicados por la Asociación Japonesa de Productores de Cine Animado; Estudio dirigido en 2002 por La Organización Japonesa de Comercio Exterior; Toei Animation.[110]

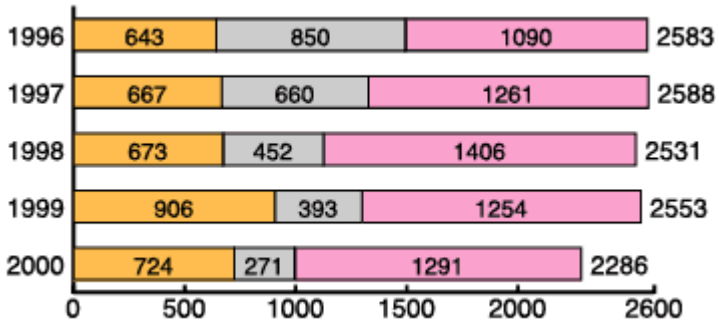


Ingresos provenientes de exhibición cinematográfica de anime y películas en Japón, 2001



[110] NIPPONIA. (2003). Reportaje Especial* La Animación Japonesa: Hechos y Cifras. abril 1, 2020, de NIPPONIA Sitio web: https://web-japan.org/nipponia/nipponia27/es/feature/feature02.html

Número total anual de series animadas emitidas por TV en Japón por franja horaria



Número de creadores de anime en Japón 3.567

Número de empresas productoras japonesas de anime 247

Ingresos provenientes del anime japonés en Estados Unidos US$ 4.359.110.000 (aprox. 520.000 millones de yenes)

Detalle:

Ingresos por licencias (se incluyen los pertenecientes a derechos de emisión por TV): US$3.937.000.000

Ventas de Vídeo y DVD: US$414.000.000

Ingresos por exhibición cinematográfica: US$8.110.000

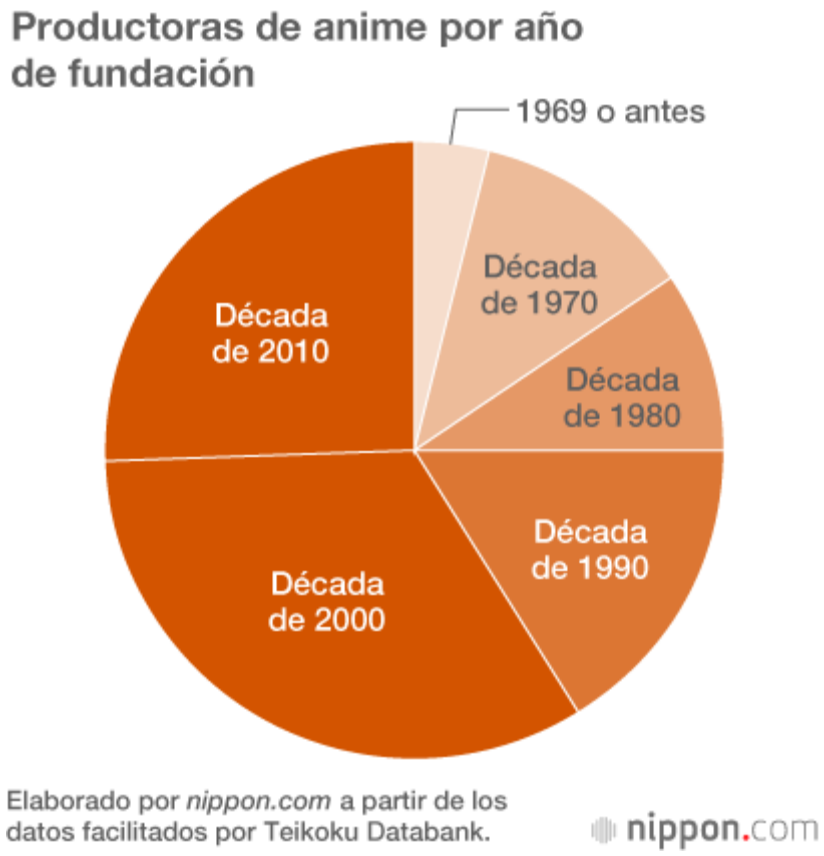
Ingresos de Toei Animation procedentes de ventas de productos de anime en Japón y en el exterior

Unidad: millones de yenes

Año	Exterior	Japón
1999	1,561	8,233
2000	5,452	9,393
2001	7,154	8,876
2002	6,253	11,442

Productoras de anime por año de fundación.

[111] La industria del anime hizo en 2017 más de 200.000 millones de yenes. Datos facilitados por la empresa de investigación de mercados Teikoku Databank muestran que en 2017 los ingresos totales de las 255 productoras de *anime* del país superaron los 200.000 millones de yenes por primera vez.



[111] Nippon una ventana a Japón: (2018) *La industria del anime hizo en 2017 más de 200.000 millones de yenes,* abril 1, 2020, nippon.com. Sitio web: https://www.nippon.com/es/features/h00279/