

EL CONSUMO DE ANIMÉ EN LATINOAMÉRICA: UNA HISTORIA POR CONTAR

ANIME CONSUMPTION IN LATIN AMERICA: A STORY TO TELL

Matías Alvarado Leyton ¹

RESUMEN: El presente artículo ofrece un análisis exhaustivo del desarrollo y evolución del consumo de animé en Latinoamérica desde la década de 1960 hasta la actualidad. El propósito principal del artículo es explorar cómo el animé, originario de Japón, se ha convertido en una fuerza cultural significativa en la región, influenciando no solo el entretenimiento sino también aspectos más amplios de la vida cotidiana y la identidad cultural.

PALABRAS-CLAVE: Historia Cultural; Consumo Cultural; Animé.

ABSTRACT: This article provides a comprehensive analysis of the development and evolution of anime consumption in Latin America from the 1960s to the present day. The main purpose of the article is to explore how anime, which originated in Japan, has become a significant cultural force in the region, influencing not only entertainment but also broader aspects of everyday life and cultural identity.

KEYWORDS: Cultural History; Cultural Consumption; Anime.



10.23925/2176-4174.v2.2024e67613

Recebido em: 18/07/2024.

Aprovado em: 30/08/2024.

Publicado em: 20/09/2024.

El animé, una forma de animación originaria de tierras niponas ha capturado la imaginación y la atención de audiencias globales, incluyendo una creciente base de seguidores en la región de Latinoamérica. Desde sus humildes comienzos como un

¹ Doctorado en Historia por la Universidad San Sebastián. Afiliación. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8743-8739>

entretenimiento de nicho, el animé se ha convertido en una fuerza cultural significativa, influenciando no solo el ocio y entretenimiento, sino también aspectos más amplios de la vida cotidiana y la identidad cultural en la región². Este artículo examina el desarrollo y la evolución del consumo de animé en Latinoamérica desde la década de 1980 hasta el presente, explorando los factores que han contribuido a su popularidad y los cambios en las percepciones y consumos culturales a lo largo del tiempo³.

El término “animé” abarca una amplia gama de géneros y estilos, que van desde aventuras épicas y ciencia ficción, como los *shōnen*, hasta dramas emocionales y comedias románticas, *shōjo*. Su singular estilo visual y narrativa, junto con la habilidad para abordar temas emocionales y complejos, lo han diferenciado de otras formas de animación⁴. Esta capacidad para resonar con diversos públicos ha sido clave en su expansión fuera de Japón, y Latinoamérica no ha sido la excepción. La región ha mostrado una receptividad única hacia el animé, influenciada tanto por factores culturales como socioeconómicos⁵.

Durante las últimas cuatro décadas, el consumo de animé en Latinoamérica ha experimentado varias fases de desarrollo. Desde su introducción a través de la televisión abierta y por cable en las décadas de 1980 y 1990, hasta la explosión de su popularidad con la llegada del internet y las plataformas de *streaming* en la década del 2000, el animé ha pasado de ser una curiosidad extranjera a una parte integral de la cultura popular latinoamericana⁶. Este fenómeno ha sido impulsado por una combinación de accesibilidad tecnológica, esfuerzos de distribución y la formación de comunidades de fans apasionados que han promovido y celebrado el animé en toda la región, siendo consumidores no solo de su contenido, sino de todo el *merchandising* alrededor del animé⁷.

De esta manera, este artículo busca proporcionar un análisis panorámico, aunque exhaustivo de este desarrollo, destacando los hitos claves y las dinámicas que

² AZUMA, H. *Otaku: Japan's Database Animals*. University of Minnesota Press, 2009.

³ NAPIER, S. J. *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation*. Palgrave Macmillan, 2005.

⁴ LENT, J. A. *Animation in Asia and the Pacific*. Indiana University Press, 2000.

⁵ FENNELL, D. *Piracy, Online Streaming, and the Rise of Legal Alternatives: Case Studies from the Japanese Anime Industry*. University of Ottawa Press, 2014.

⁶ MARTÍN-BARBERO, J. *Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations*. SAGE Publications, 1993.

⁷ CONSALVO, M. *Atari to Zelda: Japan's Videogames in Global Contexts*. MIT Press, 2012.

han moldeado el consumo de animé en Latinoamérica. En miras a este propósito, este artículo se divide en tres partes. Primeramente, se exponen de manera sucinta algunas consideraciones teóricas que vale tener en cuenta al analizar el consumo de industrias culturales, especialmente tomando en cuenta el impacto que ha ido construyendo el animé entre sus competidores dentro de la región. Luego de esto, se propone una periodización al respecto, analizando así algunos antecedentes históricos significativos para lo ocurrido con el desarrollo del animé desde su arribo a la región hasta la actualidad. Finalmente, se concluye con un análisis reflexivo de este panorama y algunas posibilidades que se avizoran en su futuro. Es así como, a través de una revisión cultural e histórica, se busca entender cómo el animé ha logrado penetrar en el tejido social de la región, transformándose en un fenómeno de masas y explorando su impacto más allá del simple entretenimiento⁸. Al hacerlo, se pretende ofrecer una perspectiva rica y matizada sobre el papel del animé en la conformación de las identidades y prácticas culturales contemporáneas en Latinoamérica⁹.

Consideraciones teóricas

Las industrias de entretenimiento han desempeñado un papel crucial en la configuración de la cultura popular latinoamericana, influenciando tanto las formas de ocio como las identidades culturales de sus habitantes. Desde la música, que ha sido un pilar fundamental de la expresión cultural, hasta el cine, la televisión y los videojuegos, cada uno de estos medios ha dejado una marca indeleble en la manera en que los latinoamericanos se relacionan con el entretenimiento. A éstos, en las últimas décadas, se ha sumado el animé.

Pierre Bourdieu es el responsable de introducir la idea de que las preferencias culturales están profundamente vinculadas a la clase social. Según éste, el capital cultural –las competencias, conocimientos y habilidades que una persona posee– juega un papel crucial en la formación del gusto. Las élites culturales utilizan sus preferencias y prácticas culturales para distinguirse de las clases bajas, perpetuando así las estructuras de poder y jerarquía social¹⁰. En este sentido, el consumo de animé desde la región ha sido adoptado por diversas clases sociales, pero ha mostrado una

⁸ GARRIDO, S. *Music, Nostalgia and Memory: Historical and Psychological Perspectives*. Springer, 2014.

⁹ SMITH, P. H. *Talons of the Eagle: Latin America, the United States, and the World*. Oxford University Press, 2017.

¹⁰ BOURDIEU, P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press, 1984.

particular resonancia entre las clases medias urbanas, particularmente en sus componentes más jóvenes, que buscan distinguirse a través del consumo de productos culturales aparentemente alternativos¹¹. Esta búsqueda de distinción es evidente en la manera en que los fans de animé se apropian de los elementos estéticos y narrativos de la industria para crear una propia cultura.

Sería el mismo Bourdieu, esta vez ahondando en la teoría del capital cultural, quien sostendría que el consumo de productos culturales no es meramente una cuestión de preferencias individuales, sino una forma de acumular y exhibir capital cultural. Este capital puede ser institucionalizado, incorporado y objetivado¹². En el caso del animé, el conocimiento profundo de series, personajes y la cultura japonesa en general puede considerarse una forma de capital cultural que legitima y reproduce la posición social de los individuos dentro de ciertas subculturas¹³. De hecho, podría deducirse que, en la región latinoamericana, los fans de animé demuestran su capital cultural no solo a través de un conocimiento profundo de los productos de dicha industria, sino también en la participación en convenciones, la creación de contenido derivado como *fanart* y *fanfiction*, y el dominio de conocimientos específicos sobre la cultura pop japonesa en general.

Esto no es de extrañar si se considera que el consumo cultural juega un papel crucial en la formación y expresión de identidades individuales y colectivas. Stuart Hall, argumentaría al respecto que la identidad cultural es un proceso en constante construcción, influenciado por el consumo de productos culturales. Los individuos utilizan estos productos para negociar su identidad y pertenencia en un mundo cada vez más globalizado¹⁴. Dicha interpretación sería apoyada por Anthony Giddens, para quien la modernidad ha transformado la identidad y las prácticas culturales, siendo estos tiempos cuando el consumo cultural se convierte en una forma de autoexpresión y construcción de la identidad. De esta manera, los individuos seleccionan productos culturales no solo por su valor intrínseco, sino también por lo que estos representan en términos de estilo de vida y autoimagen¹⁵. El consumo de animé en la región refleja

¹¹ NAPIER, op. cit., 2005.

¹² BOURDIEU, op. cit., 1984.

¹³ AZUMA, op. cit., 2009

¹⁴ HALL, S. Cultural Identity and Diaspora. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, Culture, Difference*. Lawrence & Wishart, 1990, pp. 222-237.

¹⁵ GIDDENS, A. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press, 1991.

esta dinámica, donde los fans no solo disfrutan del contenido, sino que también lo utilizan para construir y expresar sus identidades, conectándose con una cultura global mientras mantienen sus raíces locales¹⁶. Sumado a esto, Benedict Anderson sugeriría que las comunidades se forman no solo a través de la proximidad física, sino también mediante la imaginación compartida de pertenencia. En este sentido, el consumo cultural permite a los individuos sentirse parte de comunidades más amplias. Esta teoría es particularmente relevante en los tiempos actuales, donde las comunidades se forman muchas veces en instancias virtuales, sin contacto físico alguno a veces, simplemente alrededor de intereses compartidos¹⁷. En el contexto del consumo del animé en la región, los fans adoptan y adaptan elementos de la cultura japonesa, utilizando el animé para construir identidades que reflejan tanto su conexión con una cultura global como su contexto local. Esta dinámica es visible en la adopción de modismos, estilos de vestimenta y/o comportamientos inspirados en personajes de animé. Por lo demás, su activa participación en distintas instancias fomenta la creación de redes de apoyo, las cuales, a su vez, permite la existencia de un sentido de pertenencia. La popularidad del animé se entiende así en tanto sirve como una plataforma para la autoexpresión y la construcción de identidad individual y colectiva.

Más que ser una anomalía, esto parece ser la norma en la actualidad. Según Jan Nederveen Pieterse, la globalización ha facilitado la difusión y mezcla de productos culturales a nivel mundial. La teoría de la hibridación cultural, propuesta por éste, sugiere así que la globalización no conduce a una homogeneización cultural, sino a la creación de nuevas formas culturales híbridas¹⁸. De hecho, el concepto de cultura de masas, popularizado por autores como Theodor Adorno y Max Horkheimer, describe una industria cultural que produce bienes estandarizados para un consumo pasivo¹⁹. Sin embargo, con el advenimiento de la era digital, se ha producido una transición hacia una cultura participativa, donde los consumidores no solo consumen, sino que también crean y distribuyen contenido cultural. Esta evolución ha democratizado el acceso a la producción cultural y ha alterado las relaciones de poder entre productores y consumidores²⁰. Esto es confirmado por David Hesmondhalgh,

¹⁶ JENKINS, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press, 2006.

¹⁷ ANDERSON, B. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso, 1983.

¹⁸ PIETERSE, J. N. *Globalization and Culture: Global Mélange*. Rowman & Littlefield, 2009.

¹⁹ ADORNO, T. y HORKHEIMER, M. *Dialectic of Enlightenment*. Stanford University Press, 2002.

²⁰ JENKINS, op. cit., 2006.

quien ha ahondado en la economía del consumo cultural, particularmente en cómo los productos culturales se mercantilizan y consumen en un contexto capitalista. En su análisis revela las tensiones entre el valor artístico y el valor comercial en el ámbito cultural²¹. Al respecto, en la región latinoamericana, los fans no solo consumen animé, sino que también crean contenido derivado, como *fanart*, *fanfiction* y *cosplays*, participando activamente en su expansión. Esta participación es la que ha permitido el surgimiento de tiendas de productos de animé, la venta de figuras de colección y la organización de eventos relacionados con esta industria.

Historia del animé en Latinoamérica

Décadas de 1960 y 1970: Los primeros pasos

El animé llegó de manera incipiente a la región durante estas décadas, marcando el inicio de una nueva era en el entretenimiento televisivo. Series emblemáticas como *Astro Boy* y *Mazinger Z* fueron algunas de las primeras en ser transmitidas, capturando la imaginación de los jóvenes con sus innovadoras tramas y estilo visual único para la época.

Si bien son varios los factores que se pueden tomar en consideración para entender la llegada de este tipo de animación a la región, lo cierto es que éstas pueden ser resumidas a dos. Por un lado, es necesario entender que, en Latinoamérica, a diferencia de, por ejemplo, Estados Unidos, animés como *Astroboy*, cuya emisión original fue de 1963 a 1965, no tuvo el éxito esperado debido a que tuvo que competir con otras series animadas de la época. Por aquel entonces, los estudios de animación como Hanna-Barbera Productions, Inc. dominaban el horario de programación infantil e, incluso, estelar en Estados Unidos, con series como *Los Picapiedra*, *Scooby Doo*, *Los Supersónicos* y *El Oso Yogui*. Por otro lado, y en relación con esto, en Latinoamérica no existían aún muchos estudios de animación, menos aún algunos capaces de crear contenido original, por lo que las cadenas de televisión latinoamericanas se veían forzadas a buscar contenido de otros países para llenar su programación. No obstante, adquirir los derechos para transmitir series de animación no era fácil, menos aún barato. Fue aquí donde el animé aparece como una apuesta,

²¹ HESMONDHALGH, D. *The Cultural Industries*. SAGE Publications, 2007.

dado que, si bien era mucho más barato que adquirir los derechos para series animadas estadounidenses, su éxito era mucho más inseguro que el de éstas.

De esta manera, *Astro Boy*, creado por Osamu Tezuka, es reconocido como uno de los primeros animes en llegar a las pantallas latinoamericanas, presentando a los espectadores un formato narrativo que combinaba acción, ciencia ficción y drama de una manera que no se había visto antes²². Asimismo, *Mazinger Z*, cuyo impacto fue igual o mayor al del niño androide, introdujo a los espectadores en luchas entre robots gigantes y sus contrapartes malvadas, lo cual era completamente novedoso y emocionante para la audiencia joven. Estas series fueron transmitidas en canales de televisión, generalmente en horarios destinados a la programación infantil, lo que ayudó a que rápidamente ganaran popularidad entre los niños y adolescentes. La llegada de estas series ofreció una alternativa fresca a los programas occidentales, estableciendo un nuevo estándar en términos de calidad de animación y narrativa²³.

Estas primeras series de animé introdujeron a los espectadores no solo a un estilo de animación y narrativa distinto al que estaban acostumbrados, sino que, más allá de la combinación de géneros que resonaban en su audiencia, generando una sólida base de fans, el impacto del animé en esta década no solo se limitó a la televisión, puesto que también se extendió a otros medios a través del *merchandising*, con juguetes, vestimentas y mercadería de todo tipo relacionada con estos y otros animes, lo cual se convirtió rápidamente en objeto de deseo entre los niños y adolescentes consumidores del animé²⁴.

De hecho, este fenómeno contribuyó a la formación de una subcultura, donde los fans comenzaban a intercambiar y coleccionar productos relacionados con sus series favoritas. El éxito de series como *Astro Boy* y *Mazinger Z* también inspiró la creación de clubes de fans y comunidades de aficionados que se reunían para discutir sobre sus episodios favoritos, compartir mercancías y organizar eventos. Esta creciente subcultura proporcionó una base sólida para la expansión del animé en las siguientes décadas, fomentando un sentido de pertenencia y comunidad entre los espectadores. Además, las convenciones de animé comenzaron a surgir, ofreciendo

²² LENT, J. A. *Animation in Asia and the Pacific*. Indiana University Press, 2000.

²³ CLEMENTS, J., y MCCARTHY, H. *The Anime Encyclopedia: A Century of Japanese Animation*. Stone Bridge Press, 2015.

²⁴ LENT, op. cit., 2000.

un espacio para que los fans se reunieran y celebraran su amor por este nuevo tipo de entretenimiento²⁵.

Décadas de 1980 y 1990: Expansión y consolidación

Estas décadas fueron testigo de una explosión en la popularidad del animé en Latinoamérica. Series icónicas como *Dragon Ball*, *Sailor Moon* y *Saint Seiya* dominaron las pantallas de televisión, atrayendo a una audiencia ya no solo infantil, sino más bien diversa y masiva. En parte, esto respondió al fenómeno ya señalado, de los bajos costos de los derechos de transmisión del animé, el cual, si bien seguía siendo una apuesta para los canales de televisión, parecía ya captar con el favor de ciertos productores. De esta manera, el animé empezó a aparecer de manera casi diaria, popularizando el género en la región. No obstante, otra característica clave de esta época sería la falta de censura hacia el contenido que se experimentó por aquel entonces. Mientras que en países como Estados Unidos animés como *Dragon Ball* – así como su continuación en *Dragon Ball Z* y *Sailor Moon* fueron fuertemente alteradas, en Latinoamérica cada uno de sus episodios se transmitían con mínima o inclusive nula censura. De hecho, esto puede explicar que series icónicas como *Dragon Ball* no hayan triunfado inicialmente en territorio estadounidense, alcanzando el éxito solo tras comprobar la recepción del público latinoamericano y dándosele así una segunda oportunidad.

No obstante, el éxito de la creación de Akira Toriyama, convertido a la actualidad en un fenómeno cultural²⁶, no solo se alcanzó por esto. Si bien es cierto que *Dragon Ball* atrajo a los espectadores por sus emocionantes escenas de combate, dando cuenta de una violencia muchas veces desconocida para la época, más aún para segmentos infantiles y juveniles, fue su narrativa de crecimiento y superación, la profundidad de sus personajes y las relaciones que se desarrollan a lo largo de la serie, así como la capacidad de mezclar momentos de acción, drama y humor, lo que hizo de este animé una pieza accesible a una amplia gama de espectadores. Por lo

²⁵ JENKINS, op. cit., 2006.

²⁶ NAPIER, op. cit., 2005.

demás, la continuidad de la historia y el desarrollo de personajes a lo largo de varios episodios crearon un sentido de lealtad y anticipación entre los fans²⁷.

Sailor Moon fue otro éxito de estas décadas, ofreciendo un enfoque diferente con su combinación de aventuras mágicas y temas relacionados con la amistad y amor. La serie, creada por Naoko Takeuchi, se destacó por su representación de jóvenes fuertes y valientes, quienes, además, atravesaban los problemas típicos de su edad, algo relativamente novedoso en la programación infantil de la época. Esto era algo completamente revolucionario respecto a otros animes exitosos con protagonistas femeninos, como *Heidi* o *Candy Candy*, los cuales no solo apuntaban más al drama, sino también eran complemente de época, generando una distancia respecto a la audiencia contemporánea. Además, la estética colorida y los diseños de personajes atractivos ayudaron a captar la atención del público femenino, expandiendo así aún más la audiencia del animé en Latinoamérica²⁸.

Siguiendo la línea del *shōnen*, *Saint Seiya* presentó a los espectadores no solo una serie de enfrentamientos, sino también una mitología compleja, con caballeros que luchaban por la justicia y la protección de la diosa Atenea. Esta serie, en particular, tuvo un impacto profundo en la región, influyendo en la moda, el lenguaje y los juegos de los niños. Las frases y las poses de los personajes se convirtieron en parte del imaginario colectivo, y los fans comenzaron a emular a sus héroes en la vida diaria²⁹.

Como ya fue señalado, fueron estos años los de expansión y consolidación del animé, atrayendo no solo a niños y adolescentes, como lo venía haciendo, sino también a adultos, creando una audiencia más diversa y con mayor capacidad de acceder y exigir al *merchandising*. Los canales de televisión empezaron a dedicar franjas horarias específicas para transmitir animé, y la llegada de canales especializados en animación, como Cartoon Network y Locomotion, facilitó el acceso a una mayor variedad de títulos. Eventos como convenciones y clubes de fans comenzaron a surgir, consolidando una comunidad dedicada³⁰.

Estas y otras instancias comenzaron a hacer del animé una subcultura en la región, atrayendo a miles de asistentes y ofreciendo una plataforma para la expresión

²⁷ CLEMENTS y MCCARTHY, op. cit., 2015.

²⁸ NAPIER, op. cit., 2005.

²⁹ CLEMENTS y MCCARTHY, op. cit., 2015.

³⁰ NAPIER, op. cit., 2005.

creativa. Los concursos de *cosplay*, donde los participantes se disfrazan de sus personajes favoritos, se convirtieron en una parte esencial de estos eventos, permitiendo a los fans mostrar su dedicación y habilidades artísticas. Además, las proyecciones de películas y episodios de animé en estas convenciones ofrecieron a los fans la oportunidad de disfrutar de sus series favoritas en un entorno comunitario, reforzando el sentido de pertenencia y camaradería³¹. Por lo demás, y en relación con la exigencia al *merchandising*, fue durante esta época que se hizo patente la importancia de la disponibilidad de VHS. Las tiendas de alquiler de videos comenzaron a ofrecer títulos de animé, y muchos fans compraban copias para verlas repetidamente. Este acceso a medios físicos permitió a los espectadores disfrutar de sus series favoritas en cualquier momento, aumentando aún más su apego a la industria³². Además, la calidad de la animación y la fidelidad del audio en estos formatos físicos superaban las transmisiones televisivas, proporcionando una experiencia de visualización más inmersiva y gratificante.

Década del 2000: Internet y globalización

Con la llegada de Internet, el acceso al animé se globalizó. Plataformas de *streaming* y la distribución digital permitieron a los fanáticos ver series simultáneamente con Japón, eliminando barreras geográficas y temporales. Sitios web como YouTube y plataformas de intercambio de archivos como Napster y BitTorrent se convirtieron en medios populares para acceder a contenido de animé, a menudo de manera no oficial³³.

Si bien el advenimiento de plataformas de *streaming* legales como Crunchyroll y Netflix facilitó el acceso al animé de manera legal, lo cierto es que la piratería siguió siendo la norma. De hecho, Crunchyroll partió su historia como una de estas tantas plataformas que emitía contenido sin permiso alguno. Fue así la piratería la que permitió que muchos títulos que no estaban disponibles oficialmente en la región llegaran a un público más amplio, aunque también planteó desafíos para los derechos

³¹ JENKINS, op. cit., 2006.

³² LADD, F., y DENEROFF, H. *Astro Boy and Anime Come to the Americas: An Insider's View of the Birth of a Pop Culture Phenomenon*. McFarland, 2009.

³³ FENNEL, op. cit., 2014.

de autor y la monetización del contenido³⁴. De esta manera, el arribo de plataformas legales, vino no solo a solucionar estos y otros problemas, sino que, al invertir en la adquisición de los derechos de transmisión del animé, también lo hizo en su subtítulo e, incluso, doblaje, haciendo que el contenido fuera más accesible y atractivo para el público latinoamericano. Por lo demás, las plataformas de streaming legales también ofrecieron la posibilidad de ver episodios en alta definición y con subtítulos precisos, lo que mejoró significativamente la experiencia de visualización. Además, la opción de ver animé en cualquier dispositivo conectado a Internet permitió a los fans disfrutar de sus series favoritas en cualquier momento y lugar, aumentando la flexibilidad y conveniencia de su consumo³⁵.

Pese a esto, lo cierto es que, en esta primera aproximación al Internet, la piratería fue la norma. De hecho, en paralelo a su consumo en plataformas que transgredían los derechos de autor, se creaban comunidades en línea dedicadas al animé, lo que, aunque bajo un marco legal cuestionable, permitió a los fans conectarse con otros aficionados en todo el mundo. Foros, blogs y redes sociales se convirtieron en espacios donde se discutían episodios, teorías y noticias relacionadas con el animé. Esta interacción en línea no solo fortaleció el sentido de comunidad, sino que también permitió a los fans influir en la industria del animé, ya que, por primera vez, las productoras comenzaron a prestar atención a las opiniones y preferencias de los espectadores internacionales³⁶.

Las comunidades en línea también facilitaron la organización de eventos y encuentros entre fans, promoviendo la colaboración y el intercambio de ideas. Los fans comenzaron a crear contenido original basado en sus series favoritas, como *fanfiction*, *fanart* y *AMVs* (Anime Music Videos), contribuyendo al crecimiento y diversificación de la cultura del animé. Estas actividades creativas no solo demostraron la pasión y el talento de los fans, sino que también ayudaron a difundir el animé a nuevas audiencias³⁷. Esta fue la época de los primeros encuentros masivos alrededor de la industria en la región, instancias que serían explotadas durante las décadas siguientes.

³⁴ IBÍDEM

³⁵ JENKINS, op. cit., 2006.

³⁶ IBÍDEM

³⁷ NAPIER, S. J. *From Impressionism to Anime: Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West*. Palgrave Macmillan, 2018.

Década del 2010 al presente: Mainstream y diversificación

Los últimos años, el animé ha pasado de ser un nicho a un fenómeno *mainstream*. Grandes empresas han invertido en la producción y distribución de este tipo de contenido, y la aceptación cultural ha crecido, reflejándose en eventos y *merchandising*. Las producciones de animé comenzaron a recibir reconocimiento en festivales internacionales y a ser distribuidas por grandes compañías de entretenimiento como Netflix y Amazon Prime, lo que incrementó su visibilidad y accesibilidad a nivel global³⁸.

Particular es el impacto que el animé ha tenido sobre la moda, la música y otros aspectos de la cultura popular en Latinoamérica. Los eventos de animé y manga, como convenciones y concursos de *cosplay*, se han convertido en actividades comunes. En ciudades como Buenos Aires, Ciudad de México y Sao Paulo, estos eventos atraen a miles de fans cada año, demostrando el amplio atractivo del animé. Además, el animé ha influido en la creación de contenido local, con artistas y escritores latinoamericanos inspirados por el estilo y las narrativas de la animación japonesa³⁹.

Sobre su impacto en la moda es particularmente evidente en la adopción de estilos de vestimenta y accesorios inspirados en personajes de animé. Los fans comenzaron a incorporar elementos de la moda japonesa, como el *kawaii* y el *harajuku*, en sus propios estilos, creando una fusión única de culturas. Asimismo, la música de animé, incluyendo *openings* y *endings*, ha ganado popularidad y ha influenciado a artistas y bandas locales que buscan emular el sonido y la estética de la música japonesa⁴⁰. Si bien aún es parte de una subcultura en la región, es indudable que, con su diversificación, el animé se ha convertido en reflejo no solo de la cultura japonesa, sino más bien global.

El éxito del animé en Latinoamérica ha llevado a una mayor inversión en la industria. Estudios de doblaje y subtulado han crecido, proporcionando trabajos y fomentando el desarrollo de talento local. La industria del *merchandising* también ha

³⁸ IBÍDEM

³⁹ AZUMA, op. cit., 2009.

⁴⁰ CLEMENTS y MCCARTHY, op. cit., 2015.

prosperado, con tiendas especializadas en productos de animé que atienden a una base de fans leal y creciente. Esta expansión ha contribuido significativamente a la economía creativa en la región⁴¹. La colaboración entre estudios de animé japoneses y empresas latinoamericanas ha llevado a la creación de contenido original adaptado a los gustos y preferencias locales. Esta sinergia ha permitido a los estudios explorar nuevas historias y estilos, enriqueciendo el panorama del animé y promoviendo la innovación. Además, el crecimiento de las plataformas de *streaming* ha facilitado la distribución global de estas nuevas producciones, permitiendo que el animé continúe expandiéndose y evolucionando⁴². De hecho, la incorporación de profesionales latinoamericanos a la industria del animé es un fenómeno en desarrollo y el cual, se espera, amplie aún más los alcances de la animación nipona.

Impacto y futuro del animé en Latinoamérica

El animé, una forma de animación originaria de Japón ha capturado la imaginación y la atención de audiencias globales, incluyendo una creciente base de seguidores en Latinoamérica. Desde sus humildes comienzos como un entretenimiento de nicho, se ha convertido en una fuerza cultural significativa, influenciando no solo el ocio y entretenimiento, sino también aspectos más amplios de la vida cotidiana y la identidad cultural en la región⁴³. Este artículo, buscando dar cuenta de un panorama histórico de su desarrollo en la región, también busca dar cuenta de algunas posibilidades futuras para el consumo de la animación japonesa en Latinoamérica.

Expansión del streaming legal

Con la consolidación de plataformas de *streaming* como Crunchyroll, el acceso legal al animé se ha vuelto más fácil y accesible para los espectadores latinoamericanos. Esta y otras plataformas similares no solo ofrecen una amplia gama de series y películas de animé, sino que también invierten en la creación de contenido original y exclusivo, que atrae a una audiencia global. La tendencia sugiere que el consumo de

⁴¹ IBÍDEM

⁴² JENKINS, op. cit., 2006.

⁴³ AZUMA, op. cit., 2009.

animé a través de plataformas legales continuará creciendo, lo que podría disminuir la piratería y aumentar los ingresos para los creadores y distribuidores de contenido⁴⁴.

Además, las plataformas de *streaming* permiten una mayor interacción entre los fans, invirtiendo en su desarrollo a través de funciones como comentarios en tiempo real, foros de discusión y contenido adicional, lo que enriquece la experiencia del espectador y fomenta la lealtad a largo plazo. Esta interactividad es un aspecto clave que puede ayudar a consolidar la base de fans del animé en Latinoamérica, creando una comunidad más fuerte y conectada⁴⁵.

Crecimiento de la Producción Local

Una tendencia emergente es la colaboración entre estudios de animé japoneses y productoras latinoamericanas. Estas colaboraciones pueden llevar a la creación de contenido original que refleje tanto las sensibilidades japonesas como las latinoamericanas, ofreciendo historias y personajes que resuenen más profundamente con la audiencia local. Este enfoque híbrido no solo enriquece la oferta de contenido, sino que también fomenta el desarrollo de talento local en áreas como la animación, el doblaje y la escritura de guiones⁴⁶.

El crecimiento de la producción local también puede estar impulsado por el aumento de la inversión en la industria del entretenimiento en Latinoamérica. Con la infraestructura adecuada y el apoyo financiero, los estudios locales podrían producir sus propias series basadas en el animé, aumentando la diversidad de contenido disponible y atrayendo a una audiencia aún mayor⁴⁷. Un ejemplo exitoso al respecto fue lo ocurrido con *Avatar: The Last Airbender* y la apuesta hecha por el estudio de animación estadounidense Nickelodeon en 2005, siendo un producto que genera ingresos hasta el día de hoy.

Aumento del merchandising y eventos

⁴⁴ FENNEL, op. cit., 2014.

⁴⁵ JENKINS, op. cit., 2006.

⁴⁶ CLEMENTS y MCCARTHY, op. cit., 2015.

⁴⁷ NAPIER, op. cit., 2018.

El *merchandising* y los eventos relacionados con el animé, como las convenciones y concursos de *cosplay*, han demostrado ser componentes vitales del fenómeno del animé en Latinoamérica. Estos eventos no solo permiten a los fans conectarse y celebrar su amor por el animé, sino que también generan ingresos significativos a través de la venta de productos y entradas. La popularidad de estos eventos está en aumento, y es probable que continúe creciendo en el futuro, atrayendo a más participantes y ampliando la visibilidad del animé en la región⁴⁸.

El aumento del *merchandising* también se ve impulsado por la creciente sofisticación de los productos disponibles, desde figuras de acción y ropa hasta artículos de colección de edición limitada. Estos productos no solo satisfacen la demanda de los fans existentes, sino que también atraen a nuevos consumidores, ayudando a expandir la base de fans del animé⁴⁹. De hecho, y aunque es un fenómeno mucho más complejo, la apertura de los mercados latinoamericanos a la importación desde Asia, ha facilitado y sofisticado el acceso a *merchandising* relacionado con el animé

Innovaciones tecnológicas

Las innovaciones tecnológicas están cambiando la forma en que se produce y consume el animé. La realidad virtual (VR) y la realidad aumentada (AR) están comenzando a integrarse en la experiencia del animé, ofreciendo formas nuevas e inmersivas de interactuar con el contenido. Estas tecnologías permiten a los fans experimentar sus series favoritas de maneras completamente nuevas, ya sea explorando mundos virtuales basados en sus series favoritas o interactuando con personajes en entornos de realidad aumentada⁵⁰. Si bien estas y otras tecnologías similares aún son excluyentes en la región, no es iluso pensar que el día de mañana será esta la forma en cómo las audiencias se relacionaran con sus animes favoritos.

Además, la inteligencia artificial (IA) y las herramientas de animación avanzada están mejorando la calidad y la eficiencia de la producción de animé, permitiendo la creación de contenido más rápido y con mayor detalle. Estas innovaciones no solo

⁴⁸ AZUMA, op. cit., 2009.

⁴⁹ CONSALVO, op. cit., 2012.

⁵⁰ JENKINS, op. cit., 2006.

benefician a los productores, sino que también mejoran la experiencia de visualización para los espectadores, manteniendo el interés y la lealtad del público⁵¹.

Educación y cultura

El animé también tiene el potencial de desempeñar un papel importante en la educación y la promoción cultural. Ya se han iniciado proyectos que utilizan el animé como una herramienta educativa para enseñar diversos temas, desde la historia y la ciencia hasta la literatura y la ética. Este enfoque no solo hace que el aprendizaje sea más atractivo para los estudiantes, sino que también promueve una mayor apreciación por la animación japonesa y democratiza lecciones que antes podían ser exclusivas⁵².

Las instituciones educativas y culturales en Latinoamérica están comenzando a reconocer el valor del animé como una herramienta educativa y cultural, y es probable que esta tendencia continúe en el futuro. La inclusión del animé en currículos escolares y programas culturales podría ayudar a legitimar aún más el medio y a expandir su alcance a audiencias nuevas y diversas⁵³.

Expansión de las comunidades de fans

Las comunidades de fans de animé en Latinoamérica han demostrado ser vibrantes y activas, organizando una variedad de eventos y actividades que fomentan la participación y el sentido de comunidad. Estas comunidades no solo ayudan a mantener el interés en el animé, sino que también juegan un papel crucial en su promoción y difusión. En el futuro, es probable que estas comunidades sigan creciendo, apoyadas por las redes sociales y otras plataformas digitales que facilitan la conexión entre fans de todo el mundo⁵⁴.

Además, el desarrollo de nuevas plataformas de comunicación y redes sociales podría permitir una interacción más directa y frecuente entre los fans y los creadores de contenido, lo que podría influir en las tendencias y la producción de nuevos animes.

⁵¹ NAPIER, op. cit., 2018.

⁵² LENT, op. cit., 2000.

⁵³ MARTÍN-BARBERO, op. cit., 1993.

⁵⁴ JENKINS, op. cit., 2006.

La retroalimentación y el apoyo de los fans pueden desempeñar un papel crucial en la dirección que tomó la industria del animé en el futuro⁵⁵.

Influencia en otros medios

El éxito del animé en Latinoamérica también podría seguir influyendo en otros medios de entretenimiento y cultura. Por ejemplo, el estilo visual y narrativo del animé podría inspirar a cineastas, escritores y artistas en la región, llevando a una mayor hibridación cultural y a la creación de obras originales que combinan elementos del animé con influencias locales. Esta sinergia podría enriquecer tanto el panorama cultural latinoamericano como el japonés, promoviendo un intercambio cultural más profundo y diverso⁵⁶. Un ejemplo evidente de esto es el del cineasta mexicano Guillermo del Toro, reconocido fanático del animé.

La influencia del animé en la moda, la música y otros aspectos de la cultura popular también podría intensificarse, con diseñadores y músicos locales incorporando elementos del animé en sus obras. Este proceso de hibridación cultural no solo enriquece la cultura local, sino que también ayuda a legitimar y popularizar el animé en la región, atrayendo a una audiencia más amplia y diversa⁵⁷.

Palabras al cierre

El animé, desde su llegada a las pantallas de televisión en Latinoamérica, ha tejido una narrativa rica y compleja que va más allá del mero entretenimiento. Este fenómeno cultural, nacido en Japón, ha encontrado en la región un terreno fértil donde ha podido arraigarse y florecer, convirtiéndose en un componente esencial de la cultura popular y en un reflejo de la evolución social y tecnológica de las últimas décadas.

El viaje del animé en la región puede ser visto como una historia de adaptación y resistencia. Adaptación, porque el animé ha sabido integrar elementos culturales locales y ha resonado profundamente con las audiencias de la región. Resistencia, porque ha mantenido su esencia y ha superado las barreras de la censura, la piratería

⁵⁵ NAPIER, op. cit., 2018.

⁵⁶ AZUMA, op. cit., 2009.

⁵⁷ CLEMENTS y MCCARTHY, op. cit., 2015.

y la competencia con otras formas de entretenimiento. La resiliencia del animé refleja una conexión intrínseca entre los valores narrativos y estéticos del medio y las aspiraciones, sueños y desafíos de sus seguidores.

Desde los primeros días con series como *Astro Boy* o *Mazinger Z*, el animé ha capturado la imaginación de los jóvenes latinoamericanos, ofreciendo historias que combinan acción, fantasía y emoción de una manera que otros medios no lograban. La llegada de series como *Dragon Ball* y *Sailor Moon* consolidó esta relación, presentando personajes con los que los espectadores podían identificarse y aventuras que podían seguir con devoción. Esta conexión emocional ha sido una constante a lo largo de las décadas, y es uno de los pilares que sostiene la popularidad continua del animé en la región. Hoy en día, series como *Attack on Titan*, *Demon Slayer* o *Jujutsu Kaisen*, siendo las dos primeras de éstas popularizadas en su traducción al inglés, hablando de la masificación del animé no solo en la región, sino a nivel global.

La evolución del animé también refleja un cambio en la percepción de la animación como un medio artístico. Lo que comenzó como entretenimiento infantil ha evolucionado hasta convertirse en una forma de arte que aborda temas profundos y complejos, desde la filosofía y la política hasta la psicología y la espiritualidad. Esta transformación ha permitido que el animé atraiga a una audiencia más amplia y diversa, que incluye a adultos jóvenes y a profesionales que encuentran en estas historias una fuente de reflexión y escape. De hecho, su reconocimiento por críticos ya ha sido ampliamente aceptado por industrias que antes parecían más reacias, como la del cine estadounidense.

Pese a lo señalado, es importante entender que el animé no es solo un producto de consumo es también una herramienta de identidad y autoexpresión. Los fans de animé en Latinoamérica han adoptado y adaptado elementos de la cultura japonesa para construir sus propias identidades y comunidades. Esta apropiación cultural va más allá de la mera imitación; es una forma de resistencia contra la homogeneización cultural y una afirmación de la diversidad y la creatividad.

La influencia del animé en la moda, el lenguaje y las formas de socialización de sus seguidores es un testimonio de su impacto profundo y duradero. Los eventos de animé, las convenciones y los concursos de *cosplay* no solo son espacios de celebración, sino también de resistencia cultural, donde los fans pueden expresar sus

identidades de manera auténtica y conectarse con otros que comparten sus pasiones. Estas comunidades no solo celebran el animé, sino que también lo expanden y lo transforman, creando nuevas formas de arte y expresión que reflejan tanto la influencia japonesa como la innovación local.

Las comunidades de fans han desarrollado una cultura rica y diversa en torno al animé, que incluye la creación de *fanfiction*, *fanart* y *AMVs*. Estas y otras formas de creatividad participativa permiten a los fans reinterpretar y reimaginar sus series favoritas, explorando nuevas narrativas y perspectivas. Esto, sumado a la interacción en línea a través de foros y redes sociales, ha facilitado el intercambio de ideas y la colaboración entre fans de diferentes países, fortaleciendo el sentido de comunidad global y la cohesión cultural.

Con el Internet y la llegada de las plataformas de *streaming* se ha transformado radicalmente la forma en que se consume el animé. La globalización permitió que los fans latinoamericanos tuvieran acceso simultáneo a las últimas series y películas, derribando las barreras geográficas y temporales que antes limitaban su experiencia. Esta democratización del acceso ha sido un catalizador para el crecimiento explosivo del animé en la región, pero también plantea preguntas sobre el futuro de la industria y la sostenibilidad de estos modelos de distribución.

En este sentido, las innovaciones tecnológicas, como el VR y la AR, aún excluyentes en la región, prometen llevar la experiencia del animé a nuevas alturas, ofreciendo formas más inmersivas y personalizadas de interactuar con el contenido. Estas tecnologías permitirían a los fans explorar mundos virtuales basados en sus series favoritas e interactuar con personajes en entornos de realidad aumentada, elevando la experiencia de visualización a nuevas alturas. La inteligencia artificial y las herramientas de animación avanzada también están mejorando la calidad y eficiencia de la producción de animé, beneficiando tanto a productores como a espectadores.

La tecnología también está cambiando la forma en que se crean y distribuyen las historias. Las plataformas de *crowdfunding*, como Kickstarter, han permitido a los creadores independientes financiar sus proyectos de animé, diversificando así la oferta de contenido y permitiendo la producción de series que de otro modo no habrían sido posibles. Esta democratización de la producción también significa que los fans

pueden influir directamente en qué tipos de historias se cuentan, asegurando que una mayor variedad de voces y perspectivas se escuchen y se representen en el animé.

En este sentido, cabe recordar que las comunidades de fans de animé en Latinoamérica han demostrado ser vibrantes y activas, organizando una variedad de eventos y actividades que fomentan la participación y el sentido de comunidad. Estas comunidades no solo ayudan a mantener el interés en el animé, sino que también juegan un papel crucial en su promoción y difusión. En el futuro, es probable que estas comunidades sigan creciendo, apoyadas por las redes sociales y otras plataformas digitales que facilitan la conexión entre fans de todo el mundo. De hecho, es probable que el día de mañana se alcance una interacción más directa y frecuente entre los fans y los creadores de contenido. Esta retroalimentación y apoyo pueden influir en las tendencias y la producción de nuevos animes, subrayando la importancia de la participación activa de los fans en la dirección que tomó la industria del animé. Las comunidades de fans no solo consumen contenido, sino que también lo crean y lo difunden, ampliando el alcance y la influencia del animé.

La expansión de estas comunidades también puede tener un impacto significativo en la industria del entretenimiento en general. A medida que el animé sigue ganando popularidad, otras formas de entretenimiento pueden buscar inspiración en su éxito y en las estrategias utilizadas para involucrar a los fans. La capacidad del animé para generar lealtad y compromiso entre sus seguidores puede servir como un modelo para otras industrias que buscan conectar con sus audiencias de manera más profunda y significativa. Por ejemplo, el estilo visual y narrativo del animé podría inspirar a artistas, cineastas y escritores en la región, llevando a una mayor hibridación cultural y a la creación de obras originales que combinan elementos del animé con influencias locales.

De esta manera, cabe señalar que el futuro del animé en Latinoamérica parece prometedor, con múltiples posibilidades de expansión y crecimiento. La consolidación del *streaming* legal, el crecimiento de la producción local, el aumento del *merchandising* y eventos, las innovaciones tecnológicas, el uso del animé en la educación y la cultura, la expansión de las comunidades de fans y la influencia en otros medios son factores que contribuirán a este crecimiento. A medida que el animé continúa evolucionando y adaptándose a las cambiantes dinámicas del mercado y las

preferencias de los consumidores, es probable que su influencia y popularidad en Latinoamérica sigan aumentando, consolidando su lugar como una parte integral de la cultura popular de la región. No obstante, el éxito del animé en Latinoamérica no se mide solo por su popularidad, sino por su capacidad para resonar profundamente con las personas, para inspirar creatividad y para construir comunidades. Es una celebración de la diversidad cultural y una afirmación del poder de las historias para conectar corazones y mentes a través de las fronteras. El animé es, y seguirá siendo, una parte vital y vibrante del tejido cultural de Latinoamérica, un testimonio de la capacidad humana para encontrar belleza y significado en la narrativa visual, y una promesa de un futuro lleno de imaginación y posibilidad.

Bibliografía

ADORNO, T. y HORKHEIMER, M. **Dialectic of Enlightenment**. Stanford University Press, 2002.

ANDERSON, B. **Imagined Communities**: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Verso, 1983.

AZUMA, H. **Otaku**: Japan's Database Animals. University of Minnesota Press, 2009.

BOURDIEU, P. **Distinction**: A Social Critique of the Judgement of Taste. Harvard University Press, 1984.

CLEMENTS, J., y MCCARTHY, H. **The Anime Encyclopedia**: A Century of Japanese Animation. Stone Bridge Press, 2015.

CONSALVO, M. **Atari to Zelda**: Japan's Videogames in Global Contexts. MIT Press, 2012.

FENNELL, D. **Piracy, Online Streaming, and the Rise of Legal Alternatives**: Case Studies from the Japanese Anime Industry. University of Ottawa Press, 2014.

GARRIDO, S. **Music, Nostalgia and Memory**: Historical and Psychological Perspectives. Springer, 2014.

GIDDENS, A. **Modernity and Self-Identity**: Self and Society in the Late Modern Age. Stanford University Press, 1991.

- HALL, S. **Cultural Identity and Diaspora**. In J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, Culture, Difference*. Lawrence & Wishart, 1990, pp. 222-237.
- HESMONDHALGH, D. **The Cultural Industries**. SAGE Publications, 2007.
- JENKINS, H. **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. New York University Press, 2006.
- LADD, F., y DENEROFF, H. **Astro Boy and Anime Come to the Americas: An Insider's View of the Birth of a Pop Culture Phenomenon**. McFarland, 2009.
- LENT, J. A. **Animation in Asia and the Pacific**. Indiana University Press, 2000.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations**. SAGE Publications, 1993.
- NAPIER, S. J. **Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation**. Palgrave Macmillan, 2005.
- NAPIER, S. J. **From Impressionism to Anime: Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West**. Palgrave Macmillan, 2018.
- PIETERSE, J. N. **Globalization and Culture: Global Mélange**. Rowman & Littlefield, 2009.
- SMITH, P. H. **Talons of the Eagle: Latin America, the United States, and the World**. Oxford University Press, 2017.