



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Dibujitos japoneses: la expansión del animé y el manga en Argentina

Autores (en el caso de tesis y directores):

Germán Martínez Alonso

María Rosa del Coto, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2016

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Dibujitos japoneses: la expansión del animé y el manga en Argentina

Tesina de licenciatura

Autor: **Germán Martínez Alonso**

Tutora: **María Rosa del Coto**

Octubre de 2016

Índice

Introducción	3
Objeto de estudio	4
Objetivos	6
Hipótesis y preguntas de investigación	7
Estado de la cuestión	7
Marco teórico-metodológico	9
Corpus y consideraciones metodológicas	13
Desarrollo	
Capítulo 1. Animé, manga y globalización: un breve recorrido histórico	16
1.1. Antecedentes y exponentes más significativos del manga	16
1.2. Los inicios del animé y su posterior “mundialización”	19
1.3. La “tercera ola”: diálogos entre el “este” y el “oeste”	22
1.4. Criterios de clasificación del animé y el manga en Japón	26
1.5. Criterios de clasificación del animé y el manga en Argentina	30
1.6. Rasgos definitorios del animé y el manga	32
Capítulo 2. La circulación del animé y el manga en Argentina: tres períodos .	38
3.1. Primer período: la occidentalización	38
3.2. Segundo período: la masificación	41
3.3. Tercer período: la multiplicación	45
Capítulo 3. La revista <i>Lazer</i> y la emisión de animé en Argentina	48
4.1. <i>Lazer</i> : “animación, cómics y la corrupción del mundo”	49
4.2. La construcción enunciativa de <i>Lazer</i> : entre la revista y el <i>fanzine</i>	52
4.3. Las fronteras entre <i>Lazer</i> y Magic Kids	58
Capítulo 4. Transformaciones en la discursividad metadiscursiva del animé y el manga en Argentina	65
5.1. Primera variable de análisis: función	66
5.2. Segunda variable de análisis: postura	71
5.3. Transformaciones metadiscursivas	76
Consideraciones finales	80
Bibliografía	82
Anexo	87

Dibujitos japoneses: la expansión del animé y el manga en Argentina*

En un mundo en el que la dominación norteamericana de la cultura masiva suele naturalizarse y la cultura local suele verse en oposición al globalismo hegemónico o a punto de ser absorbida por este, el animé se destaca como un lugar de resistencia cultural implícita. Es un producto artístico único, una forma local de cultura popular que muestra claras indicaciones de sus raíces japonesas pero que al mismo tiempo ejerce una influencia cada vez mayor lejos de sus orillas nativas.

Susan J. Napier (2001: 9)¹

Introducción

En 1993, en plena guerra de Bosnia, el crítico japonés Toshiya Ueno visitó la ciudad de Sarajevo, Serbia. En su recorrido por la ciudad bombardeada, Ueno se topó con un llamativo mural, compuesto por tres paneles: en el primer cuadro había una caricatura de Mao Tse-Tung con las orejas del ratón Mickey; el segundo tenía un lema del Ejército Zapatista de Liberación Nacional; el tercero –que fue el que lo dejó “sin palabras”–, contenía una recreación de la escena final de *Akira*² en la cual podía verse al protagonista exclamando “¡Ha comenzado!” en

* Esta tesina fue elaborada en el marco del proyecto de investigación UBACyT 20020100100098 (2011-2014) *Regímenes de representación mediática: absorciones y transformaciones discursivas* (directora: María Rosa del Coto; co-directora: Graciela Varela).

1 Traducción propia. Cita original: “In a world where American domination of mass culture is often taken for granted and local culture is frequently seen as either at odds with or about to be subsumed into hegemonic globalism, anime stands out as a site of implicit cultural resistance. It is a unique artistic product, a local form of popular culture that shows clear indications of its Japanese roots but at the same time exerts an increasingly wide influence beyond its native shores”.

2 Película de animación japonesa, dirigida por Katsuhiro Ōtomo y estrenada en Japón en 1988.

medio de una ciudad destruida, en un escenario post-apocalíptico.

Esta anécdota es traída a colación por Susan J. Napier (2001: 4) para argumentar por qué cree que la animación y las historietas japonesas, cuando circulan fuera de su lugar de producción, pueden desencadenar una multiplicidad de sentidos inéditos, que dependen de los diversos modos en que otras culturas se apropian de esos textos y resignifican los imaginarios a los cuales ellos remiten. Compartimos el planteo de Napier, que nos lleva a interrogarnos acerca de los diversos sentidos que un discurso, producido en un momento y en un lugar determinados, puede generar, no sólo cuando se manifiesta en otro escenario, sino también cuando esto se da en el marco de una creciente complejización de las relaciones, dado por el carácter global de las sociedades actuales. Encontramos, en lo planteado por esta autora, una invitación a analizar los modos de aparición del animé y el manga³ fuera de su lugar de producción: en nuestro caso, en Argentina.

Objeto de estudio

Esta tesina consistirá en un trabajo exploratorio cuyo interés recaerá en describir y analizar el surgimiento y, particularmente, el momento de expansión de la animación y las historietas japonesas en nuestro país. Si nos proponemos llevar a cabo esto, entre otras cuestiones a tratar, es porque creemos que constituirá el primer peldaño para comenzar a estudiar qué papel ocupa la circulación del animé y el manga en el ámbito mediático nacional actual. Al hablar de circulación, no nos referimos solamente a datos “contextuales” acerca de la aparición de este tipo de textos en nuestro país (como podrían ser las fechas de emisión de las series, o los canales de televisión que las transmitieron); tales elementos estarán presentes en nuestro trabajo, pero también pondremos el acento en diferentes lecturas llevadas a cabo

3 Sintéticamente, podemos decir que la palabra “animé” hace alusión a la animación japonesa (en la forma de series de televisión, largometrajes estrenados en cine, y títulos comercializados en formato de video o DVD), mientras que el vocablo “manga” refiere a las historietas del mismo origen. Se profundizará sobre el alcance de ambos términos en el desarrollo de este trabajo.

por la discursividad metadiscursiva centrada en ellos.

Teniendo en cuenta que la circulación del animé y del manga en Argentina lleva ya varias décadas, en este trabajo partiremos de una periodización (surgida como resultado de abordajes previos a esta tesina), con el fin de facilitar la conceptualización de los modos en que el animé y manga se manifestaron en nuestro país. En base a dicha esquematización, podemos identificar:

- 1) un primer período, previo al desarrollo del sistema de televisión por cable, en el que encontramos las primeras manifestaciones de estos productos;
- 2) un segundo momento, en el que el animé se “expande” en Argentina a partir de la “explosión” del sistema de televisión por cable, y en el que empiezan a comercializarse títulos de manga traducidos y editados en nuestro país;
- 3) una tercera fase, a partir del crecimiento de Internet, en la que los modos de acceso a estos productos se multiplican⁴.

Siguiendo esta periodización, y dado que nuestro interés está puesto en describir las características de la expansión del animé y el manga, nos concentraremos en el segundo período. En dicho momento, luego de más de dos décadas desde las primeras emisiones locales de animé, identificamos, en primera instancia, un proceso de "masificación" de las series televisivas japonesas, y en segundo lugar, la inserción de las historietas niponas en el mercado editorial local. Así, al final de la década del noventa –a grandes rasgos– encontramos el punto de quiebre de una etapa de inserción paulatina de estos textos en Argentina, que dio paso a otra fase, en la que se multiplicaron sus canales de difusión. Además, en aquel período se produjo un incremento de la presencia del tema en los principales matutinos de tirada nacional, metadiscursos en los que, no sólo se hablaba de los productos en cuestión, sino que también se hacía referencia a la comunidad de seguidores de dichos textos, incluyendo a la

4 En el capítulo 2, desarrollaremos con mayor atención las principales características de estos períodos.

principal revista dedicada al tema, *Lazer*. Esto nos hace suponer que el abordaje de estos metadiscursos -tanto los pertenecientes a la prensa no especializada como a la especializada- nos puede ayudar a descubrir si es posible identificar transformaciones que, diacrónicamente, pueda haber sufrido la circulación del animé y el manga en el escenario local. Creemos que algunos de los factores que podrían ayudarnos a discernir esto son: las diversas valoraciones positivas y/o las denostaciones referidas a estos productos y registradas en dichos metadiscursos; las clasificaciones genéricas que aparezcan en ellos; y los indicios que nos remitan a hipotetizar posibles modalidades de lectura.

Objetivos

A lo largo del desarrollo de este trabajo, intentaremos alcanzar los siguientes objetivos:

- Relevar, dentro de la producción bibliográfica acerca del animé y el manga, aquellos datos que, por un lado, nos den cierta imagen del papel que cumplen en su sociedad de origen, y por otro, nos permitan acercarnos a la comprensión del rol que empezaron a ocupar en el marco de un lugar de recepción que -como Argentina- se distancia espacio-temporalmente del de su producción.
- Identificar y describir las propiedades más relevantes del animé y el manga, en lo referido a sus principales rasgos visuales, a la estructura de sus relatos y a las diferentes temáticas que tratan sus historias, entre otros aspectos.
- Detallar las características más importantes de la emisión de animé y de la publicación de manga en Argentina, haciendo énfasis en el período que identificamos como el de su expansión.
- Dar cuenta de las modalidades que, en el escenario local, han adoptado los metadiscursos producidos por el animé y el manga en el momento de su masificación.

Hipótesis y preguntas de investigación

La hipótesis central que guiará nuestro trabajo es que, durante el período que identificamos como el de expansión del animé y el manga en nuestro país (que, como indicamos, corresponde a la segunda mitad de la década del noventa), este tipo de textos adquirió cierta consolidación, y que, como consecuencia de esto, dejaron de ser homologados junto al resto de dibujos animados e historietas, para pasar a ser considerados “géneros”⁵ autónomos y diferenciados de ellos.

Entre las preguntas-problema orientadoras de nuestra investigación, se encuentran: ¿Cuáles son las características de las primeras manifestaciones del animé en Argentina? ¿Qué operaciones se realizaron sobre los textos en Argentina durante el proceso de su masificación? ¿A qué tipos de lecturas fueron sometidos estos textos por la prensa “especializada” y “no especializada”? ¿Es posible considerar que el animé y el manga son reconocidos como géneros en Argentina, diferenciados de los dibujos animados “tradicionales”? Si la respuesta a esta última pregunta fuera afirmativa, ¿cómo y cuándo se produjo esa consolidación metadiscursiva?

Estado de la cuestión⁶

Tanto el animé como el manga han sido objeto de distintas producciones académicas. Como resultado del relevamiento bibliográfico realizado para esta tesina⁷, a continuación, mencionaremos, de los estudios que han tratado temáticas importantes para nuestro trabajo,

5 Entrecomillamos este término debido a que, como se comprobará en el desarrollo de la tesina, la utilización de dicho vocablo para referirnos al animé y al manga requiere de la elaboración de algunas conceptualizaciones previas.

6 Los aportes que mayor interés revistan para nuestro análisis serán retomados y profundizados en el desarrollo de este trabajo; por lo tanto, en este apartado sólo se apuntará a describir brevemente las características principales de las propuestas de cada autor.

7 Es menester aclarar que dicho relevamiento se ha limitado a la bibliografía más accesible sobre el tema en español y en inglés, quedando fuera de nuestro alcance aquellos trabajos escritos en distintos idiomas, incluyendo el que consideramos que sería el más pertinente para abordar, dada la temática de nuestra tesina: el japonés.

aquellos que consideramos más relevantes.

Entre los autores que profundizan en la historia del animé y el manga, destacamos al escritor estadounidense Frederik Schodt (1983, 1996) y a la académica alemana Jacqueline Berndt (1996). Dichos autores son retomados en gran parte de los estudios que hacen foco en los antecedentes de la animación y la historieta japonesa; entre esos trabajos, encontramos los de Susan Napier (2001) y Robin Brenner (2007), de Estados Unidos; también los de Craig Norris (2009), de Australia; y, además, el de Vanina Papalini (2006), de Argentina.

A su vez, distintos autores han realizado estudios globales, con el fin de analizar el impacto que el animé y el manga han tenido en la cultura audiovisual occidental. Napier aborda dichos productos como un “fenómeno cultural” que, en Estados Unidos, existirían como parte de una “sub-cultura” (Napier, 2001:4). Brenner y Norris han estudiado la influencia que estos textos han tenido en la cultura audiovisual occidental, prestando atención a lo que denominan “choque de las culturas del este y del oeste”. Además, Carlos Scolari (1999), desde la semiótica y la historia de los medios, ha analizado los vínculos entre las culturas de masas y diferentes tipos de historietas, entre los que se encuentra el manga.

Scolari también se ha centrado en la articulación del animé y el manga y la cuestión del mercado. Dicho enfoque fue adoptado, previamente, por Antonia Levi (1996), quien se dedicó a estudiar el rol desempeñado por este tipo de productos en el marco de un mercado globalizado.

Con respecto a estudios dedicados a la circulación de este tipo de textos en Argentina y el resto de latinoamérica, creemos que dicho abordaje aún no ha sido realizado con exhaustividad. No obstante, destacamos el aporte de Tania L. Cobos (2010), quien describe el desembarco del animé y el manga en América Latina y hace un repaso de los principales títulos comercializados en la región. A su vez, resaltamos la tarea de Mónica Kirchheimer (2005a; 2005b), académica dedicada al estudio de la animación, quien, si bien no ahonda en

los rasgos definitorios del animé, tiene en cuenta este tipo de productos a la hora de abordar diferentes cuestiones sobre los dibujos animados.

Por otro lado, debemos referirnos a estudios enfocados sobre la dimensión de los *fans*, dado que, si bien no será el eje en torno al cual girará nuestro trabajo, nos resulta ineludible a la hora de tratar la problemática de la recepción de este tipo de textos. Al respecto, debe subrayarse la importancia que revisten los trabajos de Libertad Borda (2008, 2011), cuyos aportes están enfocados en las relaciones entre fanatismo, cultura popular y cultura masiva. Asimismo, Ricardo Barreiro (2001) ha contribuido a este campo de estudios al enfocarse en analizar el fenómeno de los *fanzines* en Argentina. Por último, resaltamos la labor de Ricardo De Luca (2010, 2012), que se centra en los eventos y convenciones destinados a fanáticos de historietas.

Finalmente, en lo que respecta a otras tesinas de grado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación (UBA) que traten este tema, cabe señalar que, hasta la fecha, Mariela Carril⁸ (2003), por una parte, y Bárbara Goldenstein y Analía Meo (2010), por otra, han producido los únicos dos trabajos dedicados al animé y al manga. Particularmente, en una línea similar a los estudios de Papalini, el trabajo de Goldenstein y Meo apunta a formular articulaciones entre animé, manga y problemáticas referidas a la técnica y la tecnología.

Marco teórico-metodológico

Sucintamente, podemos decir que hay dos ejes teóricos que definen los modos a través de los cuales trataremos de iluminar nuestro objeto de estudio: en primer lugar, la teoría de los géneros de Oscar Steimberg, y en segundo lugar, enfoques sociosemióticos que trabajan sobre el concepto de enunciación. Además, nuestro trabajo requiere tomar en cuenta ciertas

⁸ La tesina de Carril no pudo ser consultada debido a que en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA) no había ninguna copia de la misma. Su carácter inédito constituyó, en su momento, un obstáculo a la hora de pensar en posibles áreas de vacancia sobre el tema.

nociones sobre el concepto de metadiscurso, y una aproximación a la noción de cultura. A continuación, describiremos, a vuelo de pájaro, los principales postulados de cada una de estas perspectivas teóricas⁹.

En primer lugar, la teoría que Oscar Steimberg formula sobre géneros y estilos constituye un referente ineludible para nuestro trabajo. La importancia de considerar la categoría de género en los estudios sobre los discursos es puesta de relieve por este autor en *Semiótica de los medios masivos*, donde afirma:

“El género como institución discursiva (y no solo, se entiende, como concepto teórico) tiene las condiciones necesarias para constituirse en un lugar privilegiado de la reflexión semiótica: por un lado, da cuenta de una clasificación 'silvestre' de la cultura (todos reconocemos géneros en la relación intersubjetiva y en los distintos lenguajes y medios, y todos los ordenamos en clasificaciones compartidas, antes y más allá de cualquier estudio sistemático) y por el otro, muestra los límites que esa misma cultura se pone a sí misma en el campo de la producción y la circulación de los discursos”

(Steimberg, 2013: 90)

Steimberg define a los géneros como “clases de textos u objetos culturales, discriminables en toda área de circulación de sentido y en todo soporte de la comunicación”; asimismo, señala que “constituyen opciones comunicacionales sistematizadas por el uso”, y agrega que “instituyen, en su recurrencia histórica, condiciones de previsibilidad en distintas áreas de producción e intercambio cultural” (Steimberg, 2002: 101). La relevancia de entender cómo operan los géneros en tanto clasificaciones *silvestres* también es señalada por Oscar Traversa (1988), quien indica que dichas formas de clasificación se extienden a un ámbito cultural que incluye a los medios, a la crítica, a los propios operadores de los medios o

⁹ Los conceptos que mayor riqueza revistan para nuestra investigación serán retomados en el desarrollo del análisis y allí, si es necesario, se profundizarán y/o problematizarán los alcances de dichas nociones.

productores, y, por supuesto, a los consumidores. En otras palabras, estas clasificaciones son empleadas por los actores sociales, quienes les atribuyen eficacia, más allá de la propiedad o impropiedad de su uso. La “cuestión” de los géneros está estrechamente ligada a la de los estilos, clasificaciones sociales con menor consenso y vida metadiscursiva que aquellos, cuyo uso social suele pensarse en función de jerarquizaciones y evaluaciones.

Dado que parte de nuestro trabajo pondrá el acento en las clasificaciones *silvestres* a las que son sometidos los productos de animé y manga (tanto en su país de origen como en el nuestro), la teoría de Steimberg constituye una herramienta fundamental a la hora de encarar este análisis.

En segundo lugar, retomaremos algunos enfoques sociosemióticos que trabajan sobre el concepto de enunciación. Por empezar, dicho término es definido por Steimberg como el “efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se *construye* una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico” (Steimberg, 2013: 53). Para nuestro autor, el análisis del efecto de sentido producido por un texto se desprende del estudio de sus rasgos retóricos (es decir, aquellos referidos a sus mecanismos de configuración) y temáticos (referidos a esquemas de representabilidad cuya elaboración es histórica y previa al texto en cuestión).

Por otro lado, otro concepto teórico que reviste importancia para nuestro estudio, y que también trabaja en torno a la noción de enunciación, es lo que Eliseo Verón (1986) denomina “contrato de lectura”. Al analizar las condiciones bajo las cuales opera el mercado de la prensa de lectura masiva, el autor plantea que un determinado título de prensa (o título de referencia) desarrolla ciertas “estrategias enunciativas” para posicionarse frente a los títulos de competencia. Entre dichas estrategias, incluye la estructuración de un vínculo propuesto al lector, bajo la forma de un contrato de lectura. De acuerdo a Verón, “un discurso construye una cierta imagen de aquel que habla (*el enunciadador*), una cierta imagen de aquél a quien se habla

(el destinatario) y en consecuencia, un *nexo* entre estos 'lugares'" (Verón, 1986; 3); esto le permite al académico observar que los títulos de prensa, al formar ciertos vínculos con sus lectores, logran construir su especificidad.

Las perspectivas teóricas de Steimberg y Verón en torno al concepto de enunciación nos servirán como herramientas de análisis a la hora de, por un lado, hipotetizar sobre posibles efectos de sentido producidos por determinados textos de animé y manga, y por el otro, abordar los metadiscursos que aluden a este tipo de productos, intentando dilucidar, por ejemplo, las características del vínculo construido entre la revista *Lazer* y sus lectores.

En relación a este último punto, una aproximación a la noción de metadiscurso es necesaria para nuestro trabajo. Aquí retomamos a Traversa (1988), quien formula diferentes postulados acerca de aquellos discursos que acompañan a los films, y que se constituyen socialmente para hacer posible su circulación. Algunos de estos discursos (o metadiscursos) son diferentes publicidades audiovisuales y/o gráficas sobre el film en cuestión, pero el concepto también incluye a la crítica periodística. Según nuestro autor, en cada cultura hay diferentes paradigmas de géneros que participan en este proceso que acompaña y facilita la circulación de las películas, pero son estos metadiscursos (o discursos que refieren a otros discursos) que garantizan que se establezca un enlace entre producción y consumo.

La noción de metadiscurso adquiere una importancia particular para nuestro trabajo debido a que, a partir de las manifestaciones metadiscursivas, podemos deducir cómo es que la sociedad organiza y jerarquiza sus prácticas sociales y discursivas (Steimberg, 2013). Esto nos permite suponer que, al abordar nuestro corpus de metadiscursos, podremos obtener información respecto a los modos de manifestación del animé y el manga en Argentina. Pero, además, analizar las retomas producidas por la prensa especializada y la no especializada, nos ayudará a tratar de descubrir si estos metadiscursos contribuyeron a consolidar o solidificar a la animación y a la historieta japonesa en nuestro país.

Por último, dado que nuestra tesina considera intercambios que corresponden a diferentes culturas, una aproximación al concepto de cultura es necesaria. Para ello, nos remitiremos a algunos exponentes de la corriente de los denominados estudios culturales. Si bien no recurriremos directamente a sus trabajos en nuestra investigación, creemos que es importante tenerlos en cuenta debido a sus concepciones teóricas respecto del concepto de cultura. Desde sus inicios, cuando apareció, en 1965, el libro *The Long Revolution*, de Raymond Williams, la corriente trató de romper con una tradición que situaba a la cultura fuera de la sociedad, concibiéndola como un “proceso global a través del cual las significaciones se construyen social e históricamente” (Mattelart y Mattelart, 1995: 74). El trabajo “Encoding/Decoding”, de Stuart Hall, también adquiere gran importancia para el desarrollo de los estudios culturales. Allí, el autor jamaicano “plantea la asimetría entre los procesos de codificación y decodificación de los mensajes masivos, dejando abiertas las puertas para [el análisis de] la actividad de las audiencias” (Alabarces, 2002: 87).

Corpus y consideraciones metodológicas

En la primera parte de nuestro trabajo, intentaremos dar cuenta de algunas propiedades que diferencian al animé y al manga de la animación y de la historieta occidental, respectivamente. Realizada esta tarea, nos concentraremos en las particularidades dadas en los modos de manifestación en Argentina de los textos nipones. Le otorgaremos una importancia central al análisis de los metadiscursos que tienen a las series de animación y a las historietas japonesas como objeto, debido a que, según Steimberg, los géneros, en tanto clasificaciones sociales de conjuntos de textos, no sólo son definidos por distintas regularidades formales, sino también por la existencia de ciertos consensos metadiscursivos.

Para complementar el análisis, se recurrirá, ocasionalmente, al análisis de fragmentos de capítulos de distintas series de animé, y se contrastarán las versiones emitidas en

Argentina, con las televisadas en Japón, a fin de poder ejemplificar ciertas diferencias surgidas como consecuencia de su transposición, desde su lugar de producción al de su emisión local. Para examinar tales diferencias, tendremos en cuenta los juegos de sentido puestos de manifiesto en los diferentes procesos de traducción interlingüística e intersemiótica al que fueran sometidos los textos estudiados, prestando atención al funcionamiento de operaciones tales como adjunciones, supresiones, sustituciones, permutaciones, etc., llevadas a cabo en el paso de los textos fuente a los textos meta¹⁰.

Al concluir estas tareas, esperamos contar con herramientas adecuadas para poder abocarnos al análisis central. En esa instancia, intentaremos descubrir si es posible hallar transformaciones en la discursividad metadiscursiva centrada en el animé y el manga, y, de ser así, en qué consisten dichas transformaciones. Para esto, trabajaremos con un corpus compuesto por exponentes de la prensa “no especializada” y de la “especializada”¹¹. Con respecto al primer grupo, este consistirá de un recorte de 42 artículos periodísticos, publicados en los diarios Clarín y La Nación –con excepción de uno, perteneciente a Página/12– durante el período que –por motivos que expondremos en el desarrollo de la tesina– asociamos con el de la masificación del animé y el manga en Argentina (cuando se da cierta “explosión” del tema en la prensa local), es decir, principalmente, los años 1998, 1999 y 2000. En cuanto al segundo grupo, nos remitiremos a artículos pertenecientes a la revista *Lazer*, publicación dedicada a la animación y a las historietas, que se constituyó en el principal referente editorial sobre animé y manga en nuestro país, y uno de cuyos rasgos centrales es la permanente alusión a los metadiscursos de la prensa “no especializada”, así como también una

10 Entendemos que, para la teoría veroniana, es imposible efectuar un análisis en reconocimiento sin llevar a cabo, a su vez, un análisis en producción. No obstante, dadas nuestras condiciones de trabajo, nuestro análisis en producción será muy limitado, debido a que, en primer lugar, no contamos con la totalidad de los objetos textuales necesarios para el análisis, y en segundo lugar, carecemos de datos suficientes como para poder elaborar conclusiones concretas sobre los modos de aparición y de lectura de estos textos en Japón.

11 La distinción hace referencia a, en primer lugar, la prensa que se dedica específicamente al tema de interés, caracterizada por un discurso crítico y evaluador, y en segundo lugar, a aquella de tirada masiva –diarios, revistas, televisión, radio– y que no está dirigida a un público seguidor del tema, sino al común de la ciudadanía.

crítica severa a las modalidades de emisión del animé y el manga por parte de los canales de cable locales. Al abordar ambos grupos de corpus, tendremos en cuenta clasificaciones genéricas, valoraciones y/o denostaciones de las series y las historietas japonesas comercializadas en Argentina.

Capítulo 1. Animé y manga: breve historia y principales características

Craig Norris, investigador australiano que se especializa en estudios sobre medios, cultura popular y globalización, plantea que la importancia que el animé y el manga revisten para la cultura visual japonesa excede lo económico, ya que, con el correr del tiempo, ambos tipos de textos fueron asociándose más y más a cierta imagen cultural de esa nación. Según el autor, distintos académicos y críticos han vinculado estas producciones con diversos aspectos socio-culturales de Japón, entre ellos, la arquitectura, la maternidad, las costumbres y la vida social, la historia, la cultura popular, la religión, la homosexualidad y las cuestiones de género (Norris, 2009).

En el primer capítulo de esta tesina, por un lado, haremos un breve repaso de la historia de la animación y la historieta japonesas, pensándolas siempre como componentes constitutivos de una cultura de masas, y por el otro, intentaremos definir cuáles son las propiedades definitorias de este tipo de productos, con el objetivo de realizar una aproximación lo más detallada posible de nuestro objeto de interés antes de pasar a analizar su inserción en Argentina.

1.1. Antecedentes y exponentes más significativos del manga

Al referirse a lo que denomina los antecedentes del manga, Frederik Schodt (1983) se remonta a la tradición del monocromo japonés, un tipo de dibujo que data del siglo XII y que recurre a motivos fantásticos, eróticos, humorísticos o violentos, y que despliega un fuerte

componente irónico sobre distintos aspectos de la vida cotidiana. No obstante, posteriormente, el autor revisa sus afirmaciones y plantea que la noción de “manga” debe reservarse para aquellas historietas que conforman una síntesis de, por un lado, una tradición de arte japonés, y por otro, características “físicas” que fueron “importadas” del arte occidental. Se trataría, entonces, de un tipo de historieta surgido de la fusión del monocromo japonés y de la estructura visual de las tiras cómicas de algunos periódicos norteamericanos. En este punto, el autor agrega que *Bringing up father*, –tira cómica de George McManus, cuya primera aparición en Japón se produce en 1923– habría tenido mucha influencia en el desarrollo del estilo visual de los manga.

Por su parte, Jacqueline Berndt (1996) señala al año 1814 como el fundacional para la historia del manga, pues fue entonces cuando comenzó a publicarse *Hokusai Manga*, una colección de sketches gráficos realizados por Hokusai Katsushika, que incorporó por primera vez –según la autora– el término “manga”, nombre con el cual pasarán a conocerse oficialmente las historietas japonesas. Además, Berndt plantea que el manga moderno se nutre de las caricaturas occidentales que aparecen en la prensa, pero asegura que ya en 1860 es posible hallar caricaturas de origen inglés en Japón, las cuales ejercerían influencia sobre las historietas niponas. Además, agrega que en 1877 el dibujante Rakuten Kitazawa designaba sus trabajos con la palabra “manga” para diferenciarlos de los dibujos político-satíricos occidentales (llamados *ponchi-e*).

Puede señalarse, entonces, que aunque las caricaturas de Kitazawa precedan a la difusión de las tiras cómicas estadounidenses en Japón, hay una fuerte influencia norteamericana en la estructura visual de las historietas, así como también en su forma serializada de publicación. Es decir que, aun cuando Berndt ubica el nacimiento del manga en un período previo a la aparición de las tiras cómicas occidentales en Japón, ciertas características de éstas ejercieron influencia sobre las historietas niponas.

Independientemente de las diferencias entre los planteos de Berndt y Schodt, es posible trazar un puente entre ambas perspectivas si reparamos en el hecho de que, para ambos autores, la historia del manga se origina en una tradición artística japonesa y en las apropiaciones de rasgos y elementos característicos de las historietas occidentales. Resulta interesante recurrir a Norris, quien además sugiere la existencia de cierto “dialogismo” entre oriente y occidente al indicar que, en la década de 1930, la circulación masiva de periódicos modelados en base a diseños occidentales permitió que en sus páginas se empezaran a publicar historietas breves. Según el autor, esto dio lugar a que creciera el mercado laboral para artistas de manga, con lo cual se fue constituyendo una sólida industria historietística japonesa. Es por esto que, para Norris, el término “manga” recién se utilizará popularmente a partir de ese momento, gracias –en parte– a las innovaciones técnicas.

Según Papalini, todas las referencias bibliográficas coinciden en adjudicarle al dibujante Osamu Tezuka la responsabilidad de “la revolución del manga”, que consistió en otorgarle, luego de la Segunda Guerra Mundial, un “nuevo impulso y diferentes características” (Papalini, 2006: 31) a la historieta nipona. Se trata del momento en el cual el manga comienza a adquirir los rasgos visuales que pasarían a caracterizarlo: “los grandes ojos que otorgan expresividad a los personajes, la cualidad cinematográfica de sus series gráficas, los acercamientos en los planos” (Papalini, 2006: 32), entre otras cualidades que habrían dejado su impronta en las siguientes generaciones de dibujantes. Por esto, el autor de *Kimba, el león blanco* (*Janguru Taitei* / El Emperador de la Selva, 1950¹²) y *Astroboy* (*Tetsuwan Atomu* / Atom, el Brazo Poderoso, 1952) –títulos que, en la década siguiente, “saltarían” a la pantalla televisiva– es considerado el “pionero” del manga y del animé, tal como se los conoce actualmente.

Pero Tezuka también es reconocido por haber permitido cierta expansión del mercado

12 Utilizaremos el siguiente formato cada vez que nos refiramos por primera vez a diferentes mangas y/o animés a lo largo de este trabajo: “*Título con el cual fue comercializado en Argentina* (*Título original en japonés*, traducción aproximada al español, año de emisión original en Japón)”.

historietístico japonés, al haber abordado temáticas muy diversas en sus producciones (por ejemplo, historias eróticas para mujeres, una novedad en su momento). Abrir la puerta del mundo de las historietas a una variedad y multiplicidad de temas habría sido el primer paso en la constitución del manga como tal, y este hecho habría derivado en el desarrollo de una industria que apunta a –y que es consumida por– prácticamente todos los *targets* del público japonés.

Esto, de acuerdo a Antonia Levi (1996), podría explicar el *status* otorgado al manga por parte de la sociedad japonesa, la cual le adjudica una importancia similar a la que le asigna a las ficciones literaria y cinematográfica. Dicho *status*, a su vez, puede vincularse con el hecho de que Japón cuenta con el mayor mercado mundial de historietas (Scolari, 1999); en efecto, sus producciones son consumidas no sólo por niños y adolescentes sino también por adultos. De hecho, según Robin Brenner (2007: 13), las revistas en las que se publican mangas, y los volúmenes que recopilan los capítulos de distintos títulos, ocupan alrededor del 40% del mercado editorial total de Japón. En esto radicaría, para Napier, una de las principales diferencias entre el manga y los cómics norteamericanos, debido a que los primeros ejercerían, en la sociedad japonesa, una influencia mucho mayor que la que en Estados Unidos poseen los segundos.

La historia del manga está estrechamente ligada a la del animé, dado que –como mencionamos– ambas industrias se nutren mutuamente, a través de transposiciones del lenguaje historietístico al animado y viceversa. Esto implica, como veremos a continuación, que la historia de las series de animación transcurra casi a la par que la de las historietas japonesas.

1.2. Los inicios del animé y su posterior “mundialización”

Norris señala que, si bien el manga y el animé hacen referencia a campos diferenciados,

los términos se habrían vuelto sinónimos para muchos académicos y críticos culturales, en la medida en que los dos representarían una cultura y una estética visual distintiva de Japón. El autor no comparte este parecer; por el contrario, sostiene que es importante no confundir ambos conceptos, y tener en cuenta sus diferencias (tanto como, también, sus similitudes). A su vez, refiriéndose a ambos tipos de producto, el autor plantea que, aunque considera que el manga sentó las bases para un estilo particular de entretenimiento, el animé popularizó dicho estilo a nivel mundial:

“Muchos consideran que el manga es el origen: la vitalidad creativa que engendró al animé, y más tarde a los videojuegos y *spin-offs*¹³ de *merchandising*. En muchos casos, el manga sentó las bases para los géneros clave (...) que hoy han venido a dominar a la más amplia cultura popular de Japón. Sin embargo, aunque el manga estableció las rutas de este estilo durante el período de posguerra, fue a través del animé que una audiencia global más amplia se enteró de la existencia de una distintiva cultura visual japonesa”

(Norris, 2009: 236)¹⁴

Por otra parte, Napier entiende que, aunque los primeros filmes animados occidentales que se estrenaron en Japón datan de 1909, y que las primeras obras animadas japonesas aparecieron en 1915, el animé se consolidó como una forma comercial de arte recién en la época de posguerra –al igual que el manga, como indica Norris en la cita anterior–, cuando la empresa Toei comenzó a producir largometrajes animados. De hecho, la autora comenta que

13 Se denomina *spin-off* a un producto que nació como extensión de un proyecto anterior; por ejemplo, los videojuegos creados en base a series o historietas específicas (y que recurren a sus personajes, historias, etc.). No necesariamente continúan la trama original, pero sí retoman elementos de su universo diegético.

14 Traducción propia. Cita original: “Many consider manga to be the origin: the creative vitality that spawned anime, and later video games and merchandising spin-offs. In many cases manga defined the template for the key genres (...) which have come to dominate the wider popular culture of Japan today. However, while manga established the roots of this style during the postwar period, it was through anime that a broader global audience became aware of a distinctive Japanese visual culture”.

la industria de la animación ocupa un lugar central en Japón desde las últimas décadas, pero que no siempre fue así: por mucho tiempo fue opacada por el cine *live-action* (con actores “de carne y hueso”). Además, considera que el auge de la animación en Japón es inversamente proporcional a la decadencia de su industria cinematográfica, proceso que la autora ubica en la década del cincuenta.¹⁵

Es en 1963, con el estreno de la versión animada para televisión de *Astroboy*, cuando, según Napier, “nace” el animé. Al año siguiente, otro popular manga de Osamu Tezuka, *Kimba, el león blanco*, también recibe su versión animada, y –de acuerdo a la autora– ya hacia la década del sesenta, las series televisivas de animación cuentan con una notable consolidación en el país asiático.

Napier plantea que definir al animé como “caricaturas japonesas” implica no dar cuenta de la profundidad y variedad que caracteriza a este tipo de producto. Asimismo, enfatiza el hecho de que los trabajos de animé incluyen todo lo que las audiencias occidentales están acostumbradas a ver en películas con actores: romance, comedia, tragedia, aventura (Napier, 2001: 6). Aquí entra en juego, nuevamente, la multiplicidad temática que justifica –según esta académica– la considerable influencia del manga en su lugar de origen, multiplicidad que también constituye un rasgo central del animé. Pero, además, puntualiza que ambos tipos de texto comparten, en primer lugar, un estilo visual, y en segundo, un estilo narrativo:

“El formato televisivo semanal de la mayoría de las series generó el auge de ciertas estructuras narrativas, en especial las tramas seriadas, que permitieron

15 “Desafortunadamente, la década de los cincuenta, la de obras de arte cinematográfico, ejemplificada en los trabajos de Akira Kurosawa, Yasujiro Ozu y Kenji Mizoguchi, también fue la década en la cual decreció la asistencia a los cines. Los cineastas japoneses siguieron creando trabajos importantes y provocativos, pero ahora cada vez tienen más competencia, tanto por la televisión como por importaciones norteamericanas” (Napier, 2001: 16). Traducción propia. Cita original: “Unfortunately, the 1950s decade of film masterpieces, exemplified in the works of Kurosawa Akira, Ozu Yasujiro, and Mizoguchi Kenji, was also the decade in which film attendance peaked in Japan. Japanese filmmakers have continued to create important and provocative works, but they are now increasingly in competition with both television and American imports”.

historias más largas y más episódicas que las permitidas por un formato cinematográfico. Esta cualidad serial también fue reforzada por la conexión de la animación con los omnipresentes manga, que también pusieron énfasis en tramas episódicas de largo plazo”

(Napier, 2001: 17)¹⁶

Si a esto le sumamos que muchos animé son versiones de manga –y viceversa–, se entiende que ambos tipos presenten tantas características en común. Pero, además, Napier resalta que tanto la animación como las historietas japonesas comparten una misma herencia vinculada a cierta tradición pictocentrista de la cultura nipona –es decir, una tendencia a privilegiar los aspectos visuales en todas las formas artísticas–, lo cual la distanciaría de las culturas “occidentales” (Napier, 2001: 21).

Aun así, como dijimos en el apartado anterior, el manga y el animé guardan algunos vínculos con sus pares occidentales (fundamentalmente, con los norteamericanos), y los mismos merecen ser atendidos antes de empezar a problematizar los roles desempeñados por los textos japoneses fuera de su cultura de origen.

1.3. La “tercera ola”: diálogos entre el “este” y el “oeste”

Cuando se refieren a Osamu Tezuka, aludiendo a su papel como “pionero” del manga y el animé, tanto Napier como Papalini aluden al hecho de que el artista expresó en muchas ocasiones su admiración por las animaciones del estudio Disney, sentimiento que, según las autoras, sería compartido por otros exponentes clave de la animación y la historieta japonesas. Este recuerdo no impide que ambas estudiosas pongan en primer plano la distancia visual y narrativa que presentan los textos nipones respecto de los norteamericanos;

16 Traducción propia. Cita original: “The weekly television format of most series gave rise to certain narrative structures, most notably serial plots, which allowed for longer, more episodic story lines than a cinematic format would have done. This serial quality was also reinforced by animation's connection with the ubiquitous manga, which emphasized long-running episodic plots as well.”

sin embargo, el dato les sirve como base para señalar algunos “préstamos” recibidos de “occidente”, es decir, para proponer cierta continuidad entre la influencia ejercida por Disney en Tezuka y la generada por las caricaturas norteamericanas e inglesas en las historietas japonesas. Reparar en estos vínculos nos permitirá empezar a problematizar las cuestiones que tienen que ver con los modos de manifestación del animé y del manga fuera de Japón.

Identificamos a la década del ochenta como el período en el cual comenzó a gestarse la masificación global del animé y el manga. Según Papalini, este fenómeno está ligado a la efectividad de cierto “modelo” económico implementado en Japón durante ese período, en el cual se manifiesta “una nueva forma de gerenciamiento y organización empresarial, un nuevo modo de concebir el trabajo” (Papalini, 2006: 39). Las primeras conceptualizaciones de tal modelo fueron formuladas por Alvin Toffler (1981), quien acuñó el concepto de “tercera ola” para referirse a la desarticulación de las estructuras de la sociedad industrial, la que da por resultado una economía descentralizada, desmasificada y personalizada¹⁷. En este contexto, según Antonia Levi (1996), aflora el interés por la imagen exótica de Japón como una nación feudal y milenaria que se transformó, aceleradamente, en un “imperio, un nuevo ícono de la modernidad y un objeto de devoción de las culturas “occidentales” por su economía y por su desarrollo tecnológico.

Durante este período, la apertura de los productos culturales japoneses al resto del mundo “explota”, principalmente, gracias a la avanzada de los videojuegos desarrollados por las empresas Nintendo y Sega, que ingresan en el mercado norteamericano en 1985. Además, en esa misma década, la animación japonesa presenta un incremento importante en su calidad visual, como lo prueban las obras de Hayao Miyazaki, Isao Takahata y Yoshifumi Kondo. A su vez, los filmes de directores pasarán a ser comercializados por Estados Unidos en la década

17 Para poder conceptualizar la propuesta de Toffler, vale aclarar que la “primera ola” hace referencia a la revolución agrícola, caracterizada por el desarrollo de la navegación, el comercio y la edificación como fundaciones para organizar la sociedad, mientras que la “segunda ola”, como dijimos, está asociada al desarrollo de la sociedad que es producto de la revolución industrial.

del noventa, luego de que Disney firme un acuerdo con la empresa Ghibli.

Papalini considera que el diálogo entre “este” y “oeste” deriva en cierta tendencia a (re)utilizar, en el mercado norteamericano, recetas exitosas en Japón. Respecto a este punto, pone como ejemplo el caso de la película de Disney *El Rey León* (*The Lion King*, 1994), cuya trama guarda una similitud notable con *Kimba, el león blanco*. Pero la autora señala que la influencia de las historias japonesas no se circunscribe, exclusivamente, a la garantía de éxito que, para los importadores, significaría recurrir a experiencias ya probadas en su lugar de origen, sino que, además, se trata de una “auténtica renovación de argumentos y estéticas”, cuestión estrechamente ligada a la multiplicidad de temas que atraviesan a los animé y manga, en contraposición a “la languidez que padecen las historias norteamericanas” (Papalini, 2006: 42). Esto, sumado a cierto clima cultural de las décadas de los ochenta y noventa, caracterizado por gestos asociados con el auge de la posmodernidad –la recurrencia creativa a “códigos narrativos, lenguajes y modelos figurativos de épocas previas, con permanentes citas, *collages*, préstamos, guiños y recuperación (*remakes*) de materiales conocidos” (Papalini, 2006: 42)–, le permite a la estudiosa hipotetizar acerca de por qué se produce la expansión del manga y el animé en occidente, y dónde reside el interés respecto de estos textos por parte de los públicos no orientales.

Las apreciaciones de Papalini son similares a las de Napier, quien está convencida de que, a fines de la década del noventa, el animé no sólo había ejercido muchísima influencia en los productos culturales de occidente, sino que, además, esa influencia era recíproca. Esto le da pie a la autora para afirmar que la animación japonesa existe en un territorio cada vez más amorfo, que atraviesa las fronteras nacionales, y que incluso las disuelve. No obstante, aclara que no cree que el animé haya sido “absorbido” por completo por una “cultura global”, dado que los contenidos presentes en la animación japonesa –es decir, sus temas y problemáticas– manifiestan una notoria especificidad cultural. Más bien, entiende que “la popularidad del

animé, tanto en Japón como en el extranjero, atestigua un nuevo tipo de hibridez por parte de una generación global más joven que cada vez tiene más diálogos electrónicos con la vasta variedad de cultura popular mundial” (Napier, 2001: 26)¹⁸. A su vez, aclara que esta hibridez tiene una dimensión igualadora que cuenta con el potencial de crear identidades “post-étnicas” tanto respecto de los consumidores japoneses como de los no-japoneses.

Pero no todas las posturas acerca de la “mundialización” del animé y el manga son tan optimistas como la de Napier. En efecto, Norris observa:

“Además de preocuparse por los 'efectos de los medios', críticos japoneses han expresado preocupaciones respecto a nuevos estereotipos de Japón que aparecen en la actualidad. En particular, este grupo acusa a los promotores occidentales del manga, la animación y el arte visual de Orientalismo, de promulgar un reduccionismo de la cultura japonesa a una serie de oposiciones binarias frente al [oeste]. Plantean que reducir el manga, la animación y el arte visual a estereotipos culturales es una manera conveniente de manifestar un poco de autoridad y dominación sobre estas formas, y de evitar preguntas más complejas sobre la diversidad y la variedad que existen dentro de Japón”

(Norris, 2009: 238)¹⁹

La noción de Orientalismo nos remite directamente a Edward Said (1990), quien recurre a dicho concepto para referirse a un modo de relacionarse con los países orientales, basado en el lugar que ellos ocupan en la experiencia de Europa occidental. Se trata de un estilo de pensamiento que se basa en una distinción ontológica y epistemológica entre

18 Traducción propia. Cita original: “(...) the popularity of anime, both in Japan and abroad, attests to a new kind of hybridity on the part of a global younger generation that is increasingly electronically conversant with the vast variety of worldwide popular culture”.

19 Traducción propia. Cita original: “In addition to concerns around 'media effects' Japanese critics have expressed worries over new stereotypes of Japan appearing today. In particular, this group accuses Western advocates of manga, animation and visual art of Orientalism, or of promulgating the reduction of Japanese culture to a series of binary opposites vis-à-vis the West. They argue that reducing manga, animation and visual art to cultural stereotypes is a convenient way to claim some authority and dominance over these forms, and avoids more complex questions of the diversity and variation within Japan”.

“occidente” y “oriente”, que da cuenta de un interés, por parte del primero, de dominar, reestructurar y ejercer autoridad sobre el segundo.

No se trata, en suma, ni de celebrar irreflexivamente la “disolución de fronteras étnicas”, ni de condenar la apertura y la expansión de los productos culturales al mercado global. Se trata, por el contrario, de abordar un objeto reparando en las diferencias que se dan entre el lugar de partida y el lugar de llegada, evitando caer en falsos prejuicios, estereotipos o lugares comunes. Creemos ver una coincidencia entre estas representaciones y el “reduccionismo” denunciado por los críticos a los cuales alude Norris, y nos parece que esta perspectiva teórica invita a tener en cuenta, a la hora de analizar los modos de manifestación del animé y el manga en Argentina, el “cristal” con el cual aquí se lee (y se construye) a “oriente”.

1.4. Criterios de clasificación del animé y el manga en Japón

La variedad de temas tratados tanto por el manga como por el animé dieron lugar, en Japón, a un abanico de categorías que, en un primer acercamiento, podríamos decir que operan como definiciones genéricas y subgenéricas, en el sentido en que entiende estos conceptos Oscar Steimberg. Como mencionamos anteriormente, según este autor, la denominación de los géneros no depende estrictamente de los discursos académicos, sino que la clasificación se da también en la sociedad, debido a que dicha operatoria, en cuanto permite ordenar y organizar la vida social, posibilita, para el caso, diferenciar objetos culturales.

Por otra parte, Christian Metz (1974) define a los lenguajes como clasificaciones culturales que funcionan de manera implícita, pero que pueden ser formalizados: en este sentido, es posible definir, por ejemplo, a la historieta como una imagen hecha a mano, múltiple, sin movimiento y con leyendas; por otro lado, cuando se habla de animación, podríamos referirnos a la combinación de una imagen hecha a mano (o, agregamos, de

manera digital), múltiple, con movimiento, leyendas y tres tipos de elementos sonoros (palabras, música y ruido).

Ya dijimos que entendíamos al concepto “manga” como aquel que alude a las historietas narrativas japonesas, y a la noción “animé” como la que identifica a las animaciones niponas, sea cual sea el medio a través del cual las mismas fueran emitidas (televisión, cine, video). Desde una perspectiva metziana, tanto el manga como el animé mantienen fuertes similitudes con sus “pares” occidentales: si focalizamos en su estatuto de lenguaje, el animé no se diferencia de la animación “occidental”, en tanto ambas presentan las mismas combinaciones de materias de la expresión, esto es –como acabamos de enumerar–, imágenes animadas, múltiples y móviles, con leyendas gráficas y diferentes tipos de sonido; por su parte, el manga y el cómic pueden ser caracterizados como un conjunto de imágenes múltiples e inmóviles hechas a mano y con leyendas gráficas.

No obstante, al preguntarnos por las especificidades de los modos en que estos textos aparecen fuera de su lugar de producción, también resulta útil el enfoque de Steimberg, quien señala que dentro de todo lenguaje o soporte mediático es posible diferenciar géneros y subgéneros. Si consideramos al mercado japonés, es fácil identificar una multiplicidad de clasificaciones mediante las cuales los miembros de dicha sociedad organizan a los títulos animados e historietísticos. Estas categorías, a su vez, pueden separarse en dos grandes grupos: en primer lugar, las que responden a criterios demográficos (esencialmente, las edades de los consumidores, lo que, desde un punto de vista enunciativo, se consideraría un destinatario/enunciatario “tipo” y comprendería también ciertas características constructivas); en segundo lugar, las que se distinguen por las diferentes temáticas tratadas por los textos.

Con respecto a las clasificaciones demográficas, los cinco ejemplos más conocidos –extraídos de Brenner (2007) y Cobos (2010)– son:

- *Shōnen*: títulos destinados a públicos juveniles masculinos, predominantemente pre-adolescentes y adolescentes. En sus historias, suelen predominar elementos de acción y de aventura. Incluyen una amplia gama de géneros: artes marciales, fantasía, ciencia ficción y deportes, entre otros. Suelen estar protagonizados por niños y adolescentes varones.
- *Shōjo*: el equivalente del *Shōnen*, pero para públicos femeninos, también pre-adolescentes y adolescentes. Al igual que aquel, abarca una gran cantidad de temas y géneros. Se distingue por estar protagonizado, habitualmente, por niñas y adolescentes mujeres.
- *Seinen*: para hombres jóvenes/adultos. Suele presentar un mayor nivel de violencia y de elementos sexuales que los títulos destinados a públicos más jóvenes.
- *Josei*: para mujeres jóvenes/adultas. Es el equivalente femenino del *Seinen*, y apunta a los intereses que –se presume– tienen las mujeres japonesas, ya sea porque trata experiencias de sus vidas cotidianas, o porque presenta elementos dramáticos, románticos o sexuales.
- *Kodomo*: enfocado al público infantil. Carece de temáticas adultas (acción, drama, sexo), que sí suelen estar presentes, en mayor o menor medida, en los títulos destinados a pre-adolescentes.

En cuanto a las clasificaciones temáticas, como se verá, suelen entrecruzarse con las categorías demográficas, por lo que diferentes títulos de una misma “clasificación temática” pueden apuntar a públicos con características diferente distintas (por ejemplo, una serie de animé clasificada como *mecha* puede apuntar a públicos diferentes: *shōjo*, *shōnen*, o *seinen*). Entre las más características temáticas más reconocidas, figuran:

- *Mecha*: se caracteriza por la presencia de robots gigantes, que generalmente son piloteados para ser usados en combate. Se lo suele considerar un sub-género de la

ciencia ficción.

- *Hentai*: eróticos, con contenidos sexuales explícitos.
- *Yaoi y Yuri*: historias de naturaleza homosexual (hombres, en el primer caso; mujeres, en el segundo).
- *Loli*: romances de niñas pre-adolescentes, ya sea con hombres mayores o entre ellas mismas. Suele presentar fuerte elementos eróticos.
- *Ecchi*: historias humorísticas con un fuerte contenido erótico.
- *Gore*: relatos de suspenso o terror, con un fuerte componente de violencia, caracterizados por una abundante presencia de sangre.

Brenner sostiene que estas clasificaciones no deben entenderse como géneros, sino como *formatos*. Creemos que la elección de este término es pertinente, dado que nos permite hacer foco en el modo en que los procesos de construcción de sentido de diversos títulos (ya sean historietísticos o animados) son convertidos en procesos industriales de producción cultural, a partir de la articulación de un modo de producción, un mecanismo estructural y una condición de consumo, tres ámbitos de una misma "estética de la repetición" (Calabrese, 1989). En este sentido, lo único que caracteriza, por ejemplo, a la categoría *shōnen* es que sus títulos están dirigidos a adolescentes y a jóvenes varones, pero los diferentes textos que forman parte de esta categoría pueden narrar historias de acción, cómicas, de aventuras, fantásticas o de misterio, entre muchas otras variantes (Brenner, 2007: 31). El autor indica que, en cambio, en Estados Unidos los manga no necesariamente se comercializan según el público al que se dirigen, aunque advierte que los lectores suelen asociarlos a las categorías japonesas teniendo en cuenta el estilo artístico, los personajes principales y otras características de los textos.

En consecuencia, podríamos decir que el criterio que parecería predominar en Japón, a la hora de establecer categorías para los diferentes títulos de manga y animé, consistiría en la

consideración de segmentos de la población (es decir, a partir de criterios demográficos). Esto se vuelve evidente si reparamos en las modalidades de publicación de los manga: antes de salir a la venta en tomos recopilatorios, los diferentes capítulos de la mayoría de las series se publican en revistas antológicas (de publicación semanal o mensual) que se orientan hacia una categoría demográfica específica²⁰. Por ejemplo, la revista *Shōnen Jump*, de publicación semanal, está orientada –tal como su nombre lo indica– al público que corresponde a la categoría *shōnen*, es decir, a varones adolescentes y jóvenes. En cada número de la revista, se publica un capítulo nuevo de diferentes títulos historietísticos, los cuales, lejos de compartir rasgos temáticos homogéneos, se caracterizan por estar atravesados por una multiplicidad de temas. A medida que cada serie va acumulando una cantidad considerable de capítulos, se compilan y salen a la venta en volúmenes recopilatorios (*tankōbon*).

1.5. Criterios de clasificación del animé y el manga en Argentina

De lo dicho hasta aquí, se desprenden algunas conclusiones preliminares. En primer lugar, es evidente que el hecho de que un título de manga o una revista esté dirigido a un “grupo” demográfico específico –como, por ejemplo, jóvenes y adolescentes varones–, no impide que dicho producto pueda ser consumido por lectores que pertenezcan a otro grupo etario o sexual –por caso, mujeres, niños, o adultos–. Si retomamos el ejemplo de la *Shōnen Jump*, la publicación de una cantidad determinada de historietas en esa revista da cuenta de cierto horizonte de previsibilidad asociado a dichos títulos, no en las temáticas que trata (en una misma edición pueden aparecer mangas sobre acción, aventuras, fantasía, deportes, etc.)

20 A continuación, citamos un extenso fragmento en el que Papalini explica detalladamente en qué consiste la modalidad de publicación de los manga en Japón. Los mismos aparecen, originalmente, en “revistas impresas a una sola tinta, con tapa a color, de papel de baja calidad, que contienen entre 10 y 25 episodios de historias distintas que se desarrollan en 300-400 páginas. Su costo, verdaderamente bajo, ronda los tres dólares; son revistas pensadas para ser leídas y descartadas inmediatamente. Algunas de estas historias tienen una vida un poco más larga; si han tenido éxito, son compiladas en libros de tapas duras. La tirada de estas revistas es variable, pero para tener idea de la magnitud de este consumo cultural tan generalizado, puede verse este ejemplo: la revista *Shōnen Jump* (...) nació en 1968, con una tirada semanal de 100 mil ejemplares. En 1984 ya rondaba los 4 millones de ejemplares y en 1991 su creciente tirada se había estabilizado en una cifra un poco superior a los 6 millones de ejemplares” (Papalini, 2006: 34)

pero sí en ciertas y limitadas características del público *target* (pre-adolescentes y adolescentes masculinos). Distinta es la situación si, por ejemplo, un animé perteneciente a la categoría *shōnen* se emite en Argentina, en un canal de cable destinado a un público perteneciente a una categoría demográfica diferente –niños y pre-adolescentes–, en una grilla de programación dentro de la cual se presentan programas para *targets* diferentes. Este modo de manifestación, que es el que efectivamente se dio en nuestro país, da cuenta de un rasgo notablemente diferencial respecto a la forma en que dichos objetos discursivos aparecieron en su lugar de origen.

En este sentido, la inserción de las animaciones e historietas japonesas en el mercado latinoamericano –y específicamente, en el argentino– sugiere un proceso de consolidación metadiscursiva diferente. Es aquí donde entra en juego la hipótesis que guía nuestro trabajo, es decir, que la masificación del animé y el manga en Argentina implicó la eventual clasificación de sus textos como géneros autónomos, lo cual permitió diferenciarlos de los productos dirigidos estrictamente a públicos infantiles. En otras palabras, creemos que el ingreso de estos objetos textuales al mercado local provocó una modificación en cuanto a las denominaciones utilizadas para aludir a ellos, y esto derivó, a su vez, en que se los considerara como géneros²¹.

Si bien entendemos que, desde un punto de vista teórico, pensar al “animé” y al “manga” bajo la noción de género reviste problemas, esto no quita que, en la instancia de lectura, en nuestro país, ambos términos fueran clasificados como tales, de forma silvestre. Esto nos lleva a interesarnos en descubrir cuáles son las características que permitieron que

21 Creemos que lo señalado se inscribe en la línea de ciertos planteos, formulados por Mónica Kirchheimer, respecto a la posibilidad de homologar diferentes títulos de animé teniendo en cuenta, únicamente, el hecho de que compartan un mismo lugar de procedencia. En efecto, la autora sostiene que “en el caso de [la categoría] ‘animé’ aparecen textos clasificados sólo por su origen, y su rótulo no permite establecer horizontes de previsibilidad” (Kirchheimer, 2005b: 2). Asimismo, Kirchheimer señala que, en la televisión argentina, los dibujos animados suelen asociarse a “lo infantil” y a “lo cómico”, a pesar de que existen “textos que se alejan de ambos cruces (...), [como es el caso de] los animé, que se alejan primero de la comicidad, y en segunda medida de lo infantil (los hay eróticos, de acción, etc.)” (Kirchheimer, 2005a: 2).

se diera esta consolidación, cuestión que retomaremos y profundizaremos en los capítulos posteriores.

1.6. Rasgos definitorios del animé y el manga

El concepto de género nos permite “explicar y describir la existencia de cierta expectativa social en torno a un determinado tipo de discurso” (Aprea y Martínez Mendoza, 1996: 17), y un abordaje de las clasificaciones sociales de discursos –en términos de géneros y estilos– abre la puerta a un análisis que pone su foco en los acuerdos y las diferencias que, al respecto, se suscitan al interior de las sociedades. José Luis Petris sintetiza esto cuando señala que

“cada sociedad se construye como unidad a partir del acuerdo de sus integrantes sobre qué se debe esperar de los textos que se intercambian en cada área de desempeño social, mientras que ellas mismas se fragmentan internamente y diferencian de las otras sociedades según criterios, elecciones y ordenamientos estilísticos”.

(Petris, 1999: 4)

Estos autores retoman conceptos de Steimberg (2013), quien postula que los géneros se definen por características retóricas, temáticas y enunciativas. Lo mismo ocurre con los estilos, aunque el autor subraya que

“las descripciones de género articulan con mayor nitidez rasgos *temáticos* y *retóricos*, sobre la base de regularidades *enunciativas*. En las de estilo, en cambio –organizadas en torno de la descripción de un *hacer*–, el componente enunciativo suele ocupar el primer lugar, entre conjuntos de rasgos que, cuando no se trata de grandes y distantes estilos históricos, pueden aparecer

vaga o conflictivamente especificados”.

(Steimberg, 2013: 51)

Atender a la dimensión retórica de los discursos implica analizar los mecanismos de configuración que devienen en combinatorias de sus rasgos. En este sentido, a pesar de que – como ya observamos– los textos animados e historietísticos nipones se caracterizan por una marcada heterogeneidad, creemos que es posible detectar ciertas propiedades retóricas que son comunes a ellos.

Ya mencionamos, que existe un consenso entre los autores dedicados al estudio del animé y el manga a la hora de adjudicarle a Osamu Tezuka la responsabilidad de haber introducido ciertos elementos visuales que, aún al día de hoy, predominan en este tipo de textos. En efecto, podríamos decir que en tanto en las series animadas como en las historietas japonesas es posible hallar representaciones “no-japonesas” de personajes humanos, en tanto la mayoría de los personajes de este tipo de productos no poseen características físicas que correspondan a los rasgos predominantes de los hombres y mujeres japoneses. Por el contrario, dichos personajes cuentan con un estilo propio, definido, en parte, por cierta hiperbolización de sus rasgos físicos (ojos grandes, cabellos de diferentes formas y colores).

A su vez, el grado de exageración de estos rasgos suele variar en función del *target* al cual apunte el producto en cuestión. Por ejemplo, tanto los personajes de productos *shōnen* como los de títulos *shōjo* cuentan con estas características, pero ellas suelen estar bastante más acentuadas en las historias pertenecientes a la segunda clasificación, destinadas a mujeres pre-adolescentes y adolescentes. En este último caso, los ojos de los personajes – sobre todo los femeninos– suelen contar con mayor expresividad, presumiblemente para destacar una faceta sentimental en su construcción; esto no se limita a los rasgos físicos de los personajes, sino que también alcanza a sus vestimentas y cabellos, que suelen contar con numerosos detalles y colores que –por lo menos en Occidente– son asociados a “lo femenino”,

como el rosa, así como a los escenarios en donde transcurre la trama, y a la estética general de las historias. En los *shōnen*, en cambio, aunque pueden aparecer rasgos ligeramente similares a los anteriormente destacados (en el caso de personajes cuya faceta a destacar sea la sentimental), los rasgos predominantes en sus protagonistas suelen ser más “ásperos”, con ojos relativamente más pequeños (aunque no inexpresivos), y con el acento generalmente puesto en aspectos relativos a su fuerza física, ya sea porque la poseen o porque carecen de ella.²²(Ver figura 1)



Figura 1: a la izquierda, una portada de la revista *Shōnen Jump*, orientada a un público adolescente masculino; a la derecha, la tapa de un ejemplar de la *Nakayoshi*, destinada a un público adolescente femenino.

22 Desde ya, no queremos dejar de aclarar que estos rasgos no son excluyentes y que, por supuesto, hay excepciones. Un ejemplo es la popular serie *Neon Genesis Evangelion*, un *shōnen* cuyo protagonista masculino, Shinji Ikari, se caracteriza por una fragilidad física y emocional que se refleja en su cuerpo, mientras que una de las co-protagonistas femeninas, Asuka Langley, constituye una de las figuras más activas y “masculinas” de la historia. Si bien existen excepciones similares, las propiedades que estamos resaltando pueden ser identificadas en la mayoría de los títulos que hemos abordado.

Podemos encontrar otros ejemplos de los diferentes grados de exageración en los rasgos físicos de los personajes, si comparamos la estética de títulos *kodomo* y *seinen*, es decir, orientados a públicos infantiles y de jóvenes-adultos, respectivamente. En el primer caso, al apuntar a consumidores de temprana edad (hasta alrededor de 12 años), las figuras humanas suelen tener proporciones muy irreales, con cabezas y ojos particularmente grandes y llamativos. Asimismo, es frecuente la presencia de personajes animales, en muchas ocasiones con figuras antropomórficas, y se recurre a colores vivos y alegres para ilustrarlos. En cuanto a los protagonistas de los *seinen*, cuentan con atributos mucho más realistas que en títulos correspondientes a las clasificaciones anteriormente nombradas. Dentro de estos títulos es común encontrar personajes con rasgos físicos más similares a los de los miembros de la sociedad japonesa, especialmente en lo que refiere a sus ojos rasgados.



Figura 2: a la izquierda, una portada de la revista *Coro Coro*, orientada a un público infantil; a la derecha, la tapa de una edición de la *Weekly Morning*, que apunta a un público joven-adulto.

A los rasgos visuales que ya señalamos, agregamos el hecho de que las historietas japonesas poseen un formato de lectura diferente al occidental, que implica leer sus páginas de derecha a izquierda (con la tapa ocupando el lugar que, en occidente, ocuparía la contratapa). A su vez, las viñetas cuentan con una fuerte presencia de onomatopeyas detalladas que ilustran los diversos “efectos sonoros” que aparecen en la historia, como pueden ser los pasos de un personaje, el sonido de una puerta que se abre, una gota de agua que cae al suelo, o el ruido del viento, por mencionar sólo algunos ejemplos.

En lo que se refiere al nivel del relato, es más difícil encontrar atributos que atraviesen la multiplicidad de textos japoneses. No obstante, nos parece importante mencionar que dichos productos suelen caracterizarse por argumentos extensos y seriados, con un predominio de historias que no tienen capítulos autoconclusivos, sino que apuntan a tramas que se extienden a lo largo de una cantidad variable de capítulos (lo que se llama *story arcs*, o arcos argumentales). Por citar tan sólo un ejemplo, la serie *Los Caballeros del Zodíaco* (*Seinto Seiya*, Santo Seiya, 1986), emitida en Argentina a mediados de la década del noventa, está compuesta por 114 capítulos, los cuales pueden dividirse en tan sólo tres arcos argumentales (del capítulo 1 al 73, del 74 al 99 y del 100 al 114), cada uno con una trama específica, y diversos antagonistas, conflictos y problemáticas que se extienden a lo largo de los mismos. Esta serialidad, a su vez, permite un desarrollo profundo y, en muchos casos, complejo de los personajes, lo cual deriva en que las personalidades de los diferentes actores del relato vayan evolucionando y transformándose a lo largo de la historia. Por lo señalado, se desprende que es más difícil hallar, en el orden del relato, este tipo de organización estructural en dibujos animados occidentales²³.

23 Sin embargo, creemos que este punto admite objeciones. Los señalamientos de los autores son en referencia a títulos de hace décadas, mientras que, en la actualidad, nos parece que es posible identificar, en producciones animadas occidentales, atributos –en el nivel del relato– no tan disímiles a los de las series de animé. No obstante, en tanto nuestro trabajo se centra en el momento de masificación del animé y el manga en Argentina –al cual ubicamos a mediados de la década del noventa–, este punto excede los propósitos de nuestra investigación.

Resulta difícil asociar las series de animación y las historietas japonesas con temáticas específicas, dado el amplio abanico de cuestiones y problemáticas tratadas por las mismas. Sin embargo, si bien es posible identificar, en los objetos discursivos que nos interesan, algunos temas que se repiten en otros textos occidentales, creemos que lo que define, temáticamente, al animé y al manga es que no parecerían estar cerrados a las mismas convenciones que limitan, temáticamente, a las series de animación y a las historietas occidentales (como la recurrencia a historias de superhéroes en los cómics norteamericanos, tal como señala Napier).

En este sentido, tal vez la especificidad, en el animé y el manga, no se dé tanto en las temáticas que tratan, sino, más bien, en los modos en los cuales los abordan. Aquí, resulta útil recurrir a una clasificación que Napier introduce para sistematizar ciertas características temáticas que parecerían englobar a las series animadas japonesas. Según la autora, la mayoría de los exponentes del animé se presentan en la forma de alguno de estos tres grandes modos de expresión: 1) apocalípticos (*apocalyptic*), es decir, historias que no sólo tratan sobre catástrofes materiales, sino también formas más íntimas de apocalipsis, incluso a nivel espiritual o patológico; 2) festivos (*festival*), centrados en la celebración, en el humor y en la comedia, pero llegando a burlarse de cuestiones que no son abordadas por otro tipo de series, por lo cual son susceptibles de presentar un mayor nivel de polémica; y 3) elegíacos (*elegiac*), centrados en las implicaciones acarreadas por las pérdidas, por el dolor, por la ausencia y por la muerte, lo cual, según nuestra autora, contrasta con las emociones más superficiales que son retratadas en las historias animadas occidentales (Napier, 2001: 13).

Nos parece que estas características son las que podemos calificar como atributos temáticos de este tipo de textos, y la combinación de los mismos con los rasgos retóricos, que señalamos previamente, son los que creemos que constituyen algunas de las propiedades definitorias del animé y del manga.

Capítulo 2. La circulación del animé y el manga en Argentina: tres períodos*

En este capítulo, nos dedicaremos a describir las formas de manifestación del animé y el manga en Argentina. Con dicho fin, propondremos una distinción entre tres períodos históricos. El primer momento que describiremos comienza a fines de la década del sesenta – cuando se produce el desembarco del animé y el manga no sólo en Argentina sino también en toda América Latina– y llega hasta los años previos al desarrollo del sistema de televisión por cable argentino. El segundo momento se sitúa a lo largo de la década del noventa, durante el auge de los canales infantiles de cable, y comprende la instancia en la cual consideramos que se produce la “masificación” del animé y el manga en Argentina. Finalmente, identificamos un tercer momento, que comienza al empezar la década del 2000, y está en vigencia en la actualidad; en este tramo, podemos percibir una complejización de los modos de emisión y de lectura de los textos japoneses, que se debe, en buena medida, al crecimiento de Internet.

2.1. Primer momento: la aparición

La llegada del animé y el manga a nuestro país se produce mucho antes del desarrollo del sistema de televisión por cable. A lo largo de un extenso período –que comprende, aproximadamente, tres décadas– las manifestaciones del animé se limitaron a la comercialización de determinadas series televisivas, cuya emisión se realizó “a la par de [la

* Una primera versión de este capítulo fue publicada en la revista *Question* bajo la forma de un artículo titulado “Tres momentos en la circulación del animé y el manga en Argentina” (Martínez Alonso, 2013).

de] los dibujos animados producidos en los Estados Unidos y bajo la etiqueta de caricatura para niños” (Cobos, 2010: 13).

A grandes rasgos, es posible situar la llegada del animé a América Latina hacia la segunda mitad de la década del sesenta. Podemos ubicar, en aquel momento, la emisión por televisión abierta argentina de series que habían sido estrenadas recientemente en Japón, tal el caso de *Astroboy*, *Kimba, el león blanco*, *Heidi (Arupusu no Shōjo Heidi; Heidi, la niña del os Alpes)* y *Meteoro (Mahha Gō Gō Gō, Mach Go Go Go, 1967)*. Estos animés tendrían reposiciones durante la década del setenta, no sólo en Argentina, sino también en países como Chile, México y Perú (Cobos, 2010:12).

Las series mencionadas fueron comercializadas en Latinoamérica luego de haber sido dobladas al español neutro, a partir de trabajos hechos sobre la base de doblajes previos (ya fuesen los realizados para su distribución en España, o las versiones adaptadas para su emisión en Estados Unidos). Por esto, la llegada del animé a Sudamérica se vio marcada, desde un principio, por diversas modificaciones en muchos de sus aspectos. Esto es particularmente notable en lo que respecta a los nombres de los personajes –y, por extensión, a los títulos de algunas series–, que se vieron “occidentalizados”. Este proceso implicaba, muchas veces, una revisión de las modificaciones hechas por doblajes previos; por ejemplo, el protagonista de la original *Mahha Gō Gō Gō*, llamado Gō Mifune, llegó aquí renombrado como *Meteoro Racer* y no como *Speed Racer* (nombre surgido del doblaje estadounidense). A medida que la comercialización del animé fue creciendo, la dependencia de estos doblajes previos –vértice de una suerte de “matriz triangular”– también se fue incrementando.

En efecto, en la década del ochenta, la oferta televisiva se amplió con la llegada de otros programas, como *Mazinger Z (Majingā Zetto, 1972)*, cuya versión local también se basó en la adaptación norteamericana. Paradigmático resulta el caso de *Robotech*, una de las series de mayor éxito durante ese decenio, y que, en realidad, se trata de la unificación –llevada a cabo

por la compañía estadounidense Harmony Gold– de tres series japonesas no relacionadas²⁴. Las mismas sufrieron modificaciones sustanciales, que van desde el hecho de que se renombrara a todos los personajes para que tuviesen exclusivamente nombres norteamericanos (mientras que, originalmente, había personajes de múltiples nacionalidades) hasta alteraciones significativas en el guión para que las tres historias parecieran compartir un único hilo argumental. *Robotech* llegó a Argentina en 1986, y al año siguiente se estrenó en cines *Robotech: la película* (*Robotech: The Movie*), film creado con el mismo criterio que la serie, a partir de la articulación de diferentes fragmentos de distintas películas, y cuya trama apenas guardaba relación con la de la serie de televisión.

En este contexto, empezó a comercializarse cierto *merchandising* de dichas series – especialmente muñecos–, y al mismo tiempo, en los ámbitos urbanos, se comenzó a gestar un circuito *under* centrado en la circulación de material no oficial, que particularmente se orientaba a la venta y/o alquiler de videos de las versiones originales de los programas. Este circuito fue articulándose paulatinamente con un creciente movimiento de comiquerías, a partir del cual fue posible comenzar a adquirir algunos tomos de manga (originales, en japonés, o traducidos en España). Consideramos que el despliegue conjunto de estos elementos derivaría, eventualmente, en una sinergia cuyos efectos se cristalizarían en el transcurso de la década del noventa. En dicho período, a partir del desarrollo del sistema de televisión por cable, las modalidades de emisión de series de animación japonesa en Argentina se fueron modificando progresivamente, en diálogo con modalidades de lectura más heterogéneas que las de la primera etapa analizada.

2.2. Segundo momento: la expansión

²⁴ Se trata de las series *The Super Dimension Fortress Macross* (*Chōjikū Yōsai Makurosu*, Súper Fortaleza Espaciotemporal Macross, 1982), *Genesis Climber MOSPEADA* (*Kikō Sōseiki Mosupīda*, Génesis Armado MOSPEADA, 1983) y *Super Dimension Cavalry Southern Cross* (*Chōjikū Kidan Sazan Kurosu*, Caballería Superdimensional Southern Cross, 1984).

En 1990, en los albores del crecimiento del sistema de televisión por cable en Argentina, inició sus transmisiones el canal The Big Channel, operado por la productora de contenidos Pramer, en asociación con la importadora de juguetes Cartan. Esta señal se caracterizó por ser uno de los primeros canales de cable del país, con una programación exclusivamente destinada al público infantil durante las 24 horas del día. Cinco años después, se le sumó Magic Kids, también propiedad de Pramer, con una propuesta similar, pero con el agregado de contar con diversas producciones propias y un amplio *merchandising* que abarcaba desde juguetes hasta revistas. Si bien algunas series de animación japonesa se emitieron por televisión abierta en ese lustro²⁵, consideramos que la aparición de estos canales infantiles de cable –fundamentalmente Magic Kids²⁶–, dio el puntapié inicial para la masificación del animé en Argentina. En efecto, con la aparición de Magic Kids, los animé comenzaron a ocupar un lugar central en las programaciones de ambos canales infantiles, los cuales les destinaban múltiples espacios en sus grillas, con repeticiones a la madrugada, la mañana, la tarde y la noche. Una de las primeras series emitidas por la señal fue *Los Caballeros del Zodiaco*, estrenada en abril de 1995, y al año siguiente se le sumaron *Sailor Moon* (*Bishōjo Senshi Sērā Mūn*, Hermosa Guerrera Sailor Moon, 1992) y *Dragon Ball* (*Doragon Bōru*, Bola de Dragón, 1986).

La última serie nombrada amerita una mención especial: una primera versión de *Dragon Ball* había sido emitida en 1994 por ATC, el canal estatal, bajo el nombre de *Zero y el Dragón*. Los telespectadores sólo pudieron ver los primeros 11 capítulos de la serie, de los cuales cinco estaban doblados a partir de una adaptación piloto realizada en Estados Unidos –

25 Tal es el caso de *Los Campeones* (*Kyaputen Tsubasa*, Capitán Tsubasa, 1983), serie cuyos 128 episodios fueron emitidos por Telefé y varios canales regionales. Al igual que la mayoría de las series emitidas hasta ese momento, no se trataba de un doblaje directo del japonés al castellano, sino que el mismo estaba hecho sobre una adaptación italiana.

26 The Big Channel sólo ocupó un lugar predominante en la grilla de cable durante la primera mitad de la década. El canal cesó sus transmisiones en enero de 1995, y un año más tarde volvió a las programaciones de algunas cableoperadoras, pero ocupó un lugar subordinado a Magic Kids, que lideraba la audiencia. Su cierre definitivo fue en 2001.

incluso la canción de presentación estaba en inglés-, mientras que los restantes habían sido traducidos del japonés en México. El carácter fragmentado de esta primera incursión de *Dragon Ball* en la televisión local queda puesto en evidencia en una reconstrucción elaborada por Leandro Oberto, director de la revista *Lazer* –dedicada a series de animación y a historietas-, quien cuenta:

“Para ese entonces el organismo regulador/censor de la radiodifusión creado durante la época de la dictadura, el COMFER²⁷ –el cual según señalan muchos era un nido de corrupción- había anunciado planes para limitar los horarios de emisión de varias series y dibujos animados (...) Afortunadamente la idea no solo no progresó, sino que gracias al esfuerzo de varios grupos de fanáticos que hicieron oír su disgusto logrando notas en diarios y radio (de hecho quien escribe esto fue uno de los impulsores) y enemigos políticos del organismo, el tema se convirtió en un escándalo que el ministro de economía, Domingo Cavallo, aprovecharía más adelante para eliminar a los dirigentes del organismo y fusionar sus restos con otro para reducir el gasto público. No obstante, como *Dragon Ball* dejó de emitirse debido a su fracaso comercial (...) muchos fanáticos lo atribuyeron a una censura estatal. La teoría fue reforzada por patéticos pequeños artículos aparecidos en diarios y revistas donde comentaban que la serie había sido prohibida en Japón, dato totalmente falso (...) Lo cierto es que la primera incursión de *Dragon Ball* hizo mucho ruido pero no llegó a captar espectadores”.

(Leandro Oberto en *Lazer* #1, 1997: 16)

En 1996, la empresa mexicana Intertrak realizó un nuevo doblaje de *Dragon Ball*, y posteriormente también adaptó a su continuación directa, *Dragon Ball Z* (*Doragon Bōru Zetto*,

²⁷ El Comité Federal de Radiodifusión) era el organismo estatal encargado de aplicar la Ley de 22.285 de Radiodifusión, que en ese momento regía en el país. Actualmente, su función es ocupada por el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).

Bola de Dragón Z, 1989). Ambas series fueron emitidas por Magic Kids con una importante repercusión, lo que las convirtió en un éxito de audiencia entre los públicos infantiles (al igual que los otros animé mencionados) y que derivó en una ampliación de sus circuitos de comercialización. Así, en julio de ese año se estrenó en los cines argentinos uno de los cuatro filmes de *Los Caballeros del Zodíaco*, mientras que los demás fueron editados en video por Vértice. También llegaron a la pantalla grande local tres películas de *Dragon Ball Z*, así como comenzaron a comercializarse ediciones en video de películas y especiales de la serie.

Los animé empezaron a ocupar lugares centrales en diferentes revistas para públicos infantiles y juveniles, al tiempo que Magic Kids fue sumando otras series a su pantalla –entre ellas, *Guerreras Mágicas* (*Majikku Naito Reiasu*, Caballero Mágico Rayearth, 1994) y *Ranma ½* (*Ranma ni bun no ichi*, 1989)–, y hasta llegó a poner al aire un programa denominado *Club del animé*, un bloque de dos horas destinado a la emisión de material para aficionados de las series de animación japonesa, desde capítulos de series inéditas en el país, hasta las secuencias originales de apertura y cierre de los capítulos (denominados *opening* y *ending*, respectivamente).

Creemos importante mencionar aquí a la revista *Lazer*, cuya propuesta editorial partía del supuesto de que muchos productos emitidos por las señales para niños eran consumidos por audiencias mucho más heterogéneas. Las publicaciones de *Lazer* se esforzaban en establecer comparaciones entre las versiones originales y locales de los textos, y en identificar las alteraciones sufridas en el proceso de traducción²⁸. Al respecto, las coberturas de *Lazer* condenaban muchas de las operaciones de supresión registradas en las versiones locales de los animé, las cuales consistían en la eliminación de escenas cuyos componentes se consideraban violentos o inapropiados para públicos infantiles (por ejemplo, la exposición de

28 No obstante, es importante remarcar que los textos no llegan intactos de Japón, dado que, como ya se planteó, son doblados al español en México. Es decir que, al menos en el caso del animé, la traducción no se hace en el plano local. Distinto es el caso del manga, cuya traducción –como veremos en breve– se lleva a cabo en Argentina.

genitales), y que, generalmente, corrían por cuenta del canal televisivo emisor²⁹.

Lazer acompañó el crecimiento de su editorial, Ivrea, que pasó a convertirse en la primera comercializadora de manga en Argentina. Así, en marzo de 1999 la empresa desembarcó en este mercado con la adaptación al castellano de la versión historietística de *Ranma ½* (1987) –cuyo par animado era uno de los que más alteraciones sufría en su emisión por Magic Kids, ya que contaba con muchas escenas de desnudos–, título al cual le sucedieron muchos otros. Algunas de las publicaciones eran relativamente reconocibles porque sus adaptaciones televisivas se emitían en televisión, como *Rurouni Kenshin* (Vagabundo Samurai Kenshin, 1994), cuya versión en animé salía al aire por *Magic Kids* con el nombre *Samurai X* (1996). Otras, por el contrario, como *I"s* (1995) o *Clover* (1997), eran menos conocidas, pero, al igual que el resto de los títulos, eran traducidas por un equipo de traductores argentinos, sobre la base de su versión japonesa original, y adaptados a un español rioplatense, algo novedoso si consideramos las características de las versiones traducidas de los animé, así como también las de los pocos manga que podían conseguirse hasta aquel momento en algunas comiquerías. Más aún, la mayoría de los títulos de Ivrea empezaron a comercializarse en kioscos de revistas, librerías y disquerías, con lo cual la circulación del manga adquirió una dimensión inédita en Argentina.

Al mismo tiempo, al acercarse el fin de la década, Locomotion, canal de animación para jóvenes y adultos que había iniciado sus transmisiones a fines de 1996, comenzó a emitir varias series de animación japonesa, entre ellas, *Neon Genesis Evangelion* (*Shin Seiki Evangelion*, Nuevo Génesis Evangelion, 1995), una serie de culto entre fanáticos del animé, que se había propagado en el circuito *under* desde hacía varios años, y cuyo par historietístico también fue editado por Ivrea. A esto se le suma, entrando en la década siguiente, el auge de eventos para aficionados de historietas y series de animación, llevados a cabo por las

29 En el capítulo 3, profundizaremos en el papel desempeñado por la revista *Lazer* en esta etapa.

comiquerías y las editoriales, entre los cuales comenzaron a destacarse algunos destinados principalmente a fanáticos del animé y el manga, como *Animate* (De Luca, 2012).

2.3. Tercer período: la multiplicación de los modos de acceso³⁰

José Luis Fernández (2009) considera que Internet amplía las posibilidades de seleccionar los contenidos por parte de los usuarios, lo cual permite una individualización del consumo a partir de un modelo de red, que vendría a reemplazar a los modos de emisión tradicionales, basados en el *broadcasting*. La comparación establecida por el autor, que le permite poner en relieve diferentes procedimientos de escucha en radio, puede extenderse a los medios audiovisuales, dado que la expansión de Internet ha generado cambios en los modos de emisión y de lectura de múltiples textos cuyo acceso, anteriormente, estaba restringido al consumo por televisión o video. El animé y el manga no están exentos de estas particularidades: a lo largo de la década del 2000 se multiplicaron los canales en la web a través de los cuales puede accederse a las series de animación japonesa y sus pares historietísticos, en gran parte debido a los espacios disponibles para que millones de usuarios puedan compartir materiales en red.

En este panorama adquieren una notable relevancia los *fansubs*, equipos colaborativos de aficionados que traducen y subtitulan series de manera no oficial, y que, hasta el desarrollo de Internet, veían limitada la difusión de sus trabajos a los circuitos *under* de video. En la actualidad, es posible encontrar múltiples equipos de *fansub*, de diferentes lugares del mundo –muchas veces, inclusive, un mismo equipo cuenta con participantes de diferentes localidades, países y hasta continentes– que traducen, día a día, miles de series, y las comparten en foros, sitios web y espacios destinados a su difusión. Esto permite que miles de consumidores de

³⁰ Recurrimos a este término porque no hallamos ninguno que describa con justeza las propiedades que consideramos que caracterizan a este período. Probablemente sea más correcto utilizar el vocablo *networking* (y, de hecho, acudiremos al mismo), pero su dificultosa traducción al español hace que nos inclinemos por hablar de multiplicación a la hora de nominalizar este período.

animé puedan ver series, en su idioma original, con sólo algunas horas de diferencia respecto del momento de su emisión en Japón. Lo mismo se aplica al manga, cuya adaptación a diferentes idiomas queda a cargo de grupos de *scanlation* –conjunción entre *scan* (escanear) y *translation* (traducción)– que, bajo el lema de “por *fans*, para *fans*”, concentran sus esfuerzos en lograr que los productos japoneses circulen entre sus aficionados locales con la mayor rapidez y calidad posible³¹.

Sería prematuro afirmar que el desarrollo de estos nuevos modos de manifestación del animé y del manga haya puesto “en jaque” a los canales oficiales de difusión. De hecho, a lo largo de la última década, la cantidad de títulos de manga comercializados por Ivrea ha crecido exponencialmente, con la adquisición de títulos icónicos como *Saint Seiya* (1986) y *Dragon Ball* (1994), a los cuales se suman otros que, al día de hoy, todavía se publican en Japón sin un final en puertas, como es el caso de *Bleach* (2002) o *D.Gray-Man* (2004). Además, el mercado del manga en Argentina se ha ampliado con la aparición de la editorial Larp, que comercializa otros títulos de notable éxito mundial y cuyas publicaciones continúan en Japón, como *One Piece* (1997) o *Naruto* (1999).

Si bien la mayoría de los manga son publicados en nuestro país con un retraso significativo respecto a sus originales en Japón³², el mercado crece, lo cual permite suponer que aún hay una demanda significativa de estos productos en el circuito comercial local. De hecho, nos animamos a hipotetizar que los nuevos modos de circulación no oficiales en red podrían haber generado cierta potencia sinérgica, con lo cual la adquisición de los productos oficiales no se limitaría al consumo de lectores que siguen la historia únicamente en papel, sino que lo hacen por diferentes medios.

En lo que respecta al animé, su difusión por televisión se expandió a otras señales que

31 Para un análisis detallado de las prácticas de *fansub* y *scanlation*, se recomiendan los trabajos de Ferrer Simó (2005) y Díaz Cintas y Muñoz Sánchez (2006).

32 Por ejemplo, el último volumen de *Bleach* publicado en Argentina, en septiembre de 2013, ha sido el número 24, mientras que en Japón recientemente se lanzó al mercado el 60.

surgieron a lo largo de la década, y que pasaron a ocupar el lugar de los hoy desaparecidos Magic Kids y Locomotion. Este último fue reemplazado en 2005 por Animax, un canal que originalmente estaba dedicado exclusivamente a la animación japonesa, hasta que comenzó a incorporar películas norteamericanas, *reality shows* y otro tipo de programas. No obstante, la programación original de esta señal no hace más que llevarnos a reafirmar nuestra hipótesis sobre cierta consolidación del animé en Argentina y Latinoamérica, como también lo hace el hecho de que el canal Cartoon Network dedicara un bloque nocturno de su programación, denominado *Toonami* –juego de palabras entre *cartoon* (caricatura) y *tsunami* (palabra japonesa con la cual, como se sabe, se denomina a las gigantescas olas generadas por maremotos)–, en el cual se emitieron diferentes series japonesas. No obstante, creemos que, paulatinamente, la presencia del animé en la pantalla chica ha ido menguando, al tiempo que se multiplican los sitios web y páginas *online* en los cuales es posible descargar y/o visualizar series japonesas. Esto nos lleva a retomar la distinción marcada por Fernández, entre *broadcasting* y *networking*, que parecería concretarse en los modos de emisión y de lectura del animé.

Terminado este breve recorrido histórico, podemos indicar que contamos con un panorama un poco más claro de las características “contextuales” de aparición y circulación del animé y el manga en Argentina. Además, creemos que el haber llevado a cabo una periodización nos facilita el abordaje analítico de nuestro objeto de estudio.

Capítulo 3. La revista *Lazer* y la emisión de animé en Argentina*

En este capítulo y en el siguiente, nos abocaremos al análisis de nuestro corpus, compuesto por metadiscursos sobre animé y manga, con el fin de dar cuenta de algunas de las transformaciones que se dan, a lo largo del tiempo, en la discursividad que ha tomado por objeto a textos pertenecientes a la animación o a la historieta japonesa. Como indicamos, diferenciamos dos grupos en nuestro material: aquellos artículos que identificamos como pertenecientes a la prensa "especializada", y los que corresponden a la prensa "no especializada". En principio, debido a los motivos expuestos en el capítulo anterior, consideramos que debíamos trabajar con artículos que hubiesen sido publicados a lo largo de lo que denominamos el período de expansión del animé y el manga en Argentina, apuntando a identificar el momento en que este tipo de textos habría adquirido cierta "consolidación" metadiscursiva.

Para empezar, nos dedicamos a rastrear noticias dedicadas a este tema en los diarios Clarín, La Nación y Página/12 (los tres matutinos de mayor tirada de Argentina), en publicaciones de la segunda mitad de la década del noventa y principios de la de 2000. Dado que la primera noticia significativa la hallamos en 1997, tomamos ese año como inicio de nuestro corpus. Decidimos terminar el recorte en 2005 por varias razones: en primer lugar, porque se trata de la primera vez, en nueve años, que no se registra una noticia sobre el tema

* Parte del contenido de este capítulo, originalmente, fue desarrollado en una ponencia presentada en el II Congreso Internacional de Historietas y Humor Gráfico *Viñetas Serias*, bajo el título "La revista *Lazer* y la masificación del animé en Argentina" (Martínez Alonso, 2012).

en Clarín (teniendo en cuenta que, de los tres matutinos, es el que más frecuentemente ha aludido a este tipo de textos, llegando casi a duplicar la cantidad de noticias publicadas por La Nación); en segundo lugar, porque entre 2001 y 2005 la frecuencia de casos fue variando hasta reducirse significativamente, observándose un ligero incremento en 2003 –sólo por parte de Clarín–, seguido por dos años consecutivos en los que únicamente se registra una noticia por año.

En lo que respecta al segundo grupo de metadiscursos que compone nuestro corpus, el que corresponde a la prensa "especializada", tomamos las ediciones #1 a #16 de la revista *Lazer*. El año de publicación del primer número coincide con el del primer artículo del primer grupo, y el resto de las ediciones que forman parte de nuestro recorte se corresponden con el período en el cual ubicamos el momento de “masificación” del animé y el manga en Argentina, en coincidencia con el auge de Magic Kids. Llevaremos a cabo un análisis comparativo del tratamiento del tema en ambos tipos de prensa, teniendo en cuenta, principalmente, que las publicaciones de *Lazer* aluden de forma recurrente a los artículos de los diarios en cuestión.

En este capítulo, nos concentraremos en la revista *Lazer*, poniendo el acento no sólo en su papel como principal referente sobre animé y manga en Argentina, sino también en sus alusiones a la emisión de series animadas japonesas en Argentina, en las cuales –adelantamos– adopta un rol crítico respecto a las modalidades de emisión local de estos textos y la “lectura” llevada a cabo por buena parte de la prensa masiva.

3.1. *Lazer*: “animación, cómics y la corrupción del mundo”

El primer número de *Lazer* salió a la venta el 7 de julio de 1997. La publicación estaba a cargo de Ivrea, editorial presidida por Leandro Oberto –editor de la revista–, y que se dedicaba principalmente a la comercialización de cómics de la firma norteamericana Top Cow. En la nota introductoria, Oberto se refiere a la revista como un “extraño engendro mutante que los

hará recorrer mes a mes las partes más apasionantes de los comics, la animación japonesa, las series de culto y la vida misma” (*Lazer* #1, 1997: 2). Esta caracterización aparecerá sintetizada, a partir del sexto número, en el *slogan* que servirá de subtítulo a las portadas de todos los números posteriores: “Animación, cómics y la corrupción del mundo”. Desde el primer número, se evidenciaba la intención de apelar a un público consumidor de historietas y series animadas, particularmente aquellas provenientes de Japón, pero haciendo hincapié en los adolescentes y adultos.



Figura 3: a la izquierda, la portada de *Lazer* #1 (julio de 1997); a la derecha, la tapa de la edición #16 (enero de 2000). Estos ejemplos corresponden, respectivamente, al primer y al último número de esta revista que forma parte de nuestro corpus.

Con el título “La segunda oleada japonesa”, y los personajes principales de *Sailor Moon* ilustrando la portada, el primer número de *Lazer* aludía al éxito que gozaban diversas series

de animación japonesa en ese momento (ver *Figura 3*). El encabezado no era arbitrario: los productos nipones no eran una novedad en la década del noventa, aunque sí lo era el contexto televisivo en el cual eran transmitidos y la repercusión que tenían.

Como señalamos, cuando *Lazer* salió a la venta ya hacía aproximadamente un año y medio que Magic Kids estaba en el aire. La propuesta editorial de *Lazer* partía del supuesto de que buena parte de los productos emitidos por canales como Magic Kids eran consumidos por otro tipo de audiencia, mucho más heterogénea, de la cual los propios autores de la revista –de acuerdo con lo manifestado en numerosos artículos– se sentían parte. Si bien apuntaba principalmente al abordaje de noticias y la elaboración de informes sobre cómics y series de animación, sin especificar el origen de los mismos, desde el número inicial, la revista se concentró en productos de animé y manga. Creemos que este rasgo es significativo, dado que, entre los programas más exitosos emitidos por Magic Kids, varios eran de origen japonés: como ya dijimos, además de *Sailor Moon*, se destacaban *Los Caballeros del Zodiaco*, *Dragon Ball* y su continuación directa, *Dragon Ball Z*. La revista criticaba la clasificación de estas series como “infantiles”, que hacían tanto el propio canal como diversos medios gráficos, televisivos y radiales.

No obstante, y a pesar de que los productos japoneses ocupaban un lugar central en las publicaciones, la línea editorial de la revista se distanciaba de un posible “encasillamiento” que la rotulara como “revista de manga y animé”. Así lo explicita Oberto en la respuesta a una de las cartas de lectores publicadas en el segundo número:

“No somos una revista sobre cosas japonesas!!! Los japoneses son los mayores productores de animación y comics del mundo y eso se reflejará en nuestra revista, pero no pienso limitar la información a Japón, eso sería ser xenófobo

[sic]. Lo mejor siempre viene del intercambio de ideas entre todas las personas que habitamos este planeta. Además, en el mundo globalizado de hoy cada vez es más difícil saber de donde es algo realmente”

(Leandro Oberto en *Lazer* #2, 1997: 26)

La publicación de *Lazer* se extendió durante más de una década, y acompañó el crecimiento de la editorial Ivrea, que pasó a convertirse, además, en la principal comercializadora de manga en Argentina. La inserción de la editorial en este mercado fue en marzo de 1999, con la adaptación al castellano de *Ranma ½*, y rápidamente los manga traducidos por Ivrea se multiplicaron³³ Por su parte, la revista *Lazer* siguió saliendo a la venta hasta agosto de 2009, momento en que dejó de ser publicada debido a un conflicto con las firmas japonesas Shueisha y Shogakukan, según lo señalado en el sitio web oficial de la editorial.

De los doce años de existencia de *Lazer*, los primeros cuatro, que coincidieron con el auge de *Magic Kids*, son los que nos interesan. En este sentido, creemos que la revista *Lazer* jugó un papel central para que se produjera cierta consolidación metadiscursiva de este tipo de textos en el escenario local.

3.2. La construcción enunciativa de *Lazer*: entre la revista y el *fanzine*

Ricardo De Luca (2012) considera que es posible identificar a la década del noventa como un período en el cual se quebraron los modos tradicionales de producción y reproducción de los productos culturales. Se trata de “los años del avance del 'comic', y dicho avance se produce en la negación de una vasta trayectoria de producción local ante el ingreso de publicaciones extranjeras a un bajo costo” (De Luca, 2010: 2). Tomando como eje este

33 Entre los títulos lanzados en esta primera etapa se encuentran: *Rurouni Kenshin*, *Neon Genesis Evangelion*, *I's*, *Slam Dunk*, *Slayers* y *Yuyu Hakusho*. Las versiones animadas de muchos de estos títulos fueron emitidas en canales de cable como Magic Kids o Locomotion. Actualmente, el catálogo de Ivrea cuenta con 56 títulos completos (es decir, con la totalidad de sus volúmenes publicados) y 30 en curso.

contexto histórico y social, el autor analiza la producción local de *fanzines*, es decir, publicaciones realizadas por y para aficionados de un determinado fenómeno cultural. Su interés se centra, principalmente, en el vínculo que los *fanzines* entablan, por un lado, con el desarrollo de eventos para seguidores de historietas y series³⁴, y por el otro, con el auge de las comiquerías, cuya aparición en el mercado argentino se ve favorecida por la paridad cambiaria establecida por la convertibilidad.

Según Ricardo Barreiro (2001), los *fanzines* se caracterizan por presentar cuatro rasgos principales: 1) su baja tirada, 2) su no inserción en un circuito formal de distribución, 3) su publicación no periódica y 4) la especificidad de sus lectores, a los cuales Barreiro define como “fanáticos, aficionados entusiastas” (Barreiro, 2001: 12). *Lazer* se distancia de los *fanzines* en los primeros tres aspectos señalados por Barreiro: no sólo no se limita al circuito de comiquerías, sino que además está inserta en el circuito comercial de revistas y es publicada regularmente (aunque las fechas de lanzamiento de los diversos números varían). La propia línea editorial de la revista intenta alejarse de una posible homologación a otras publicaciones de características más informales:

“Si hay algo que siempre lamento es lo malas que suelen ser las revistas de anime en castellano [...]. En general están hechas por un grupito de amigos de gustos cerrados, prejuiciosos y encima con muy poca idea sobre periodismo y criterios comerciales. Solo están ahí para tratar de darles envidia a los demás de cuanto anime tienen o vieron... si se dieran cuenta de lo forros que son... Francamente siento vergüenza de ser asociado/ comparado con muchas de ellas. Un solo consejo: cuando se sientan insultados por una revista, no la compren más. Le van a hacer un bien a este mundo. Y si caemos algún día

³⁴ Fundamentalmente *Fantabaires*, cuya primera edición es organizada en 1997 por los creadores de *Comiqueando*, una revista argentina dedicada a la historieta.

nosotros a esa altura, hágannos un favor, MÁTENNOS!”

(Leandro Oberto en *Lazer* #10, 1998: 31)³⁵

La especificidad de los públicos a los que apuntan tiende un puente entre *Lazer* y los fanzines, y esto, como veremos, se cristaliza en la construcción enunciativa de esta revista. En principio, *Lazer* se caracteriza por el uso de un lenguaje informal y un registro coloquial, así como también por contar con abundantes errores ortográficos y gramaticales. A su vez, es posible encontrar una recurrencia a insultos en los informes principales, en las respuestas del editor a las cartas del público o en los editoriales. Además, *Lazer* comparte con los fanzines el hecho de tener un tamaño reducido (20,5 cm de alto; 13,5 cm de ancho), aunque la revista, a diferencia de las producciones de los fans, está impresa en papel mate, como otras revistas comerciales.

35 El fragmento citado conserva errores ortográficos y de puntuación que aparecen en la publicación original, ya que son importantes para el análisis subsiguiente.



Figura 4: nota dedicada a *Los Caballeros del Zodíaco* en la *Lazer* #1.

Las similitudes entre *Lazer* y los fanzines concluyen en los aspectos recién listados, dado que –como ya mencionamos– esta revista mantiene otro tipo de características que la acercan más a títulos comerciales que a producciones hechas por fans. Los números de *Lazer* presentan ciertos rasgos y mantienen una estructura relativamente estable. Todos ellos abren con una nota editorial –escrita por Oberto– y un índice, y las primeras 4 o 6 páginas están ocupadas por la sección “News”, destinada a difundir diferentes noticias sobre el mundo del animé y el manga (por ejemplo, estrenos de series y/o publicaciones de nuevos manga, ya sea en Argentina o en Japón). En términos jerárquicos, las secciones más importantes de la revista son las “notas” (ver figura 4), dedicadas a describir y analizar en profundidad diferentes animé y manga (y, en menor medida, algunos cómics y series norteamericanos); dichas notas,

ocasionalmente, vienen acompañadas por guías de capítulos, información sobre *merchandising* del producto en cuestión, o entrevistas a distintas personalidades relacionadas a ese título (por ejemplo, actores de doblaje que participan en la versión en español de un animé).

La naturaleza temática de las secciones también es significativa para determinar la construcción enunciativa de *Lazer*. En efecto, la heterogeneidad de las secciones “secundarias” contribuye a determinar especificidades propias de la revista. (ver *Figura 5*) Por ejemplo, una de ellas, denominada “¡No podés!”, publica noticias llamativas de contenido humorístico. Algunas están claramente dirigidas a un público consumidor de historietas y series de animación; por ejemplo, la existencia de una revista argentina titulada “Caballeros del Zodíaco vs. Sailor Moon” (*Lazer* #1, 1997); el lanzamiento de una línea de muñecos articulados cuyas figuras combinan personajes de series disímiles como Las Tortugas Ninja (*Teenage Mutant Ninja Turtles*) y Star Trek (*Lazer* #2, 1997), o la existencia de una adaptación cinematográfica no animada de Dragon Ball realizada en Japón (*Lazer* #4, 1997). Sin embargo, otras noticias que aparecen en la misma sección abarcan temáticas mucho más heterogéneas, desde curiosidades sobre publicidades, revistas y productos culturales varios, hasta cuestiones sobre el contexto político y social del país; por ejemplo, publicidades curiosas de bebidas como Sprite (*Lazer* #1, 1997.) y Pindy (*Lazer* #2, 1997), una fotografía que denota el mal estado edilicio del Ministerio de Bienestar Social –resaltando la ironía presente en el hecho de que un establecimiento que lleva ese nombre se encuentre en esas condiciones– (*Lazer* #14, 1999), o la portada de una edición de la revista *Rolling Stone* en la cual el cantante Fito Páez posa desnudo (*Lazer* #9, 1998).

A su vez, es recurrente la aparición de secciones en las que se publican piezas de *fan*

*fiction*³⁶ y *fan art*³⁷ enviadas por los lectores de la revista y comentadas por los autores de la publicación. También es frecuente la aparición de historietas cortas cuya autoría pertenece a otros miembros del equipo editorial, así como la fuerte presencia de publicidad de otras publicaciones de Ivrea, dedicadas a la difusión de historietas nacionales³⁸. Finalmente, no se puede obviar la cobertura de eventos para aficionados, organizados por comiquerías (muchas de las cuales también publicitan sus locales en la revista). En estos informes, ocupan un rol significativo las fotografías de *cosplayers*³⁹, particularmente las de sexo femenino, muchas de las cuales se retratan en los eventos con el personal del equipo editorial.



36 Entendido como "la escritura no profesional de relatos basados en ficciones audiovisuales o novelas que extrapolan personajes y situaciones para insertarlos en nuevas tramas". (Borda, 2008)

37 El equivalente del *fan fiction* para obras de arte visual.

38 A partir del desembarco de Ivrea en la comercialización de manga adaptado al castellano, predominarán las publicidades de los cómics japoneses distribuidos por la editorial.

39 Practicantes del *cosplay* (conjunción entre *costume* –disfraz– y *play* –actuar/jugar–), es decir, aficionados que se disfrazan de personajes de sus series predilectas y que suelen mostrar sus disfraces en eventos para *fans*.



Figura 5: tres ejemplos de secciones secundarias de *Lazer*: “News”, “No podés”, y una espacio dedicado a difundir piezas de *fan fiction* y *fan art* producidos por fans.

Un rasgo que caracteriza a todas las secciones, desde las principales hasta las complementarias, es la abundancia de referencias (tanto verbales como visuales) a temáticas sexuales. Muchas de las imágenes que ilustran las notas sobre animé o manga ponen en primer plano a personajes femeninos con senos y curvas prominentes; también resaltan escenas en las cuales se explicitan desnudos y/o relaciones sexuales. A su vez, predominan comentarios en los cuales se mencionan cuestiones de esta índole, tanto para referirse a aspectos puntuales de determinadas series y cómics, como para hacer humor sobre una diversidad de temáticas adultas.

Tomando como punto de partida estas características, podemos decir que en *Lazer* se construye un contrato de lectura cómplice, es decir que se postula una relación simétrica entre enunciador y receptor, los que comparten la misma esfera de intereses: ambos son amantes de

la animación y de los cómics, particularmente –aunque no exclusivamente– los japoneses, pero sus inclinaciones no se limitan al consumo de este tipo de productos, sino que son más heterogéneos: sus áreas de interés se extienden a temáticas más “cotidianas”, fundamentalmente, aquellas vinculadas a la sexualidad.

3.3. Las fronteras entre *Lazer* y Magic Kids

Como ya mencionamos, teniendo en cuenta que la vasta mayoría de animé emitidos en América Latina –tanto en la televisión de aire como en la de cable– fueron doblados al español latino, las modalidades de emisión de las series de animación japonesa en Argentina implican traducciones interlingüísticas. En lo que a esto respecta, creemos que desde la etapa inicial de su inserción en Latinoamérica, los animé se vieron sustancialmente modificados, con el fin de que pudiesen adaptarse a determinados horizontes de expectativas socio-culturales, propios de los espectadores occidentales. Las publicaciones de *Lazer* se esfuerzan en establecer comparaciones entre las versiones originales de estos textos y las que se emiten localmente, y apuntan a identificar las alteraciones sufridas en ese proceso de traducción.

En lo que respecta a los animé en su emisión local, relevamos dos operaciones principales que marcan una transformación entre los textos de partida y los transmitidos en la televisión local y latinoamericana: *sustitución* y *supresión*. Con el primer mecanismo, no sólo se reemplaza el audio de los diálogos en japonés con su traducción en castellano, sino que las secuencias de créditos que aparecen en la apertura y en el cierre de los capítulos (denominados *opening* y *ending*, respectivamente), también son modificadas. En algunos casos, el cambio es predominantemente sonoro; por ejemplo, tanto el *opening* como el *ending* de *Sailor Moon* conservan sus secuencias animadas originales, con la salvedad de que los créditos en japonés han sido permutados por créditos en castellano, pero las canciones que

acompañan cada una de las secuencias han sido dobladas al castellano. En otros casos, la sustitución es total; tal es el caso de *Los Caballeros del Zodiaco*, cuyas aperturas y cierres originales no aparecieron en su emisión latinoamericana, y fueron permutadas por una secuencia de diferentes escenas montadas por la productora distribuidora, acompañadas por una canción original en español⁴⁰; esta operación suele ser llevada a cabo por las firmas que adaptan y distribuyen las series en el mercado latinoamericano. En cuanto a la supresión, consiste básicamente en la eliminación de determinadas escenas con contenidos de violencia y/o sexuales, por ejemplo, la exposición de genitales –tanto femeninos como masculinos– en series como *Dragon Ball* o *Ranma ½*. A diferencia de la sustitución, este mecanismo suele ser efectuado por el canal que emite la serie.

Las coberturas de *Lazer* se muestran relativamente condescendientes con la primera operación, pero condenan la segunda. Por ejemplo, en la octava edición de la revista, se le dedica una nota especial a *Dragon Ball*, y, al referirse a la versión doblada, se menciona entre las modificaciones sufridas por la serie la traducción al español del *opening* y el *ending*, la eliminación de logos y letras japonesas en los créditos, y la reescritura de diálogos “inapropiados” o con chistes “verdes”, para “suavizarlos”. Así, en la nota puede leerse:

“Esta versión en castellano está doblada directamente del japonés y es sin duda absolutamente fiel en todo sentido a su versión original en cuanto a nombres de personajes, diálogos, nombres de ataques, todo. Salvo, claro, los ya mencionados chistes picantes que son reescritos sin ningún fundamento o razón coherente para suavizarlos. La gran cagada es que este trabajo está sumamente mal hecho y se nota que muchas veces es realizado a último momento porque han quedado diálogos (...) incoherentes”.

(*Lazer* #8, 1998: 8)

40 En 2004, la serie volvió a las pantallas locales, esta vez por la señal Cartoon Network, y en esta ocasión contó con las secuencias animadas originales, y así como las canciones japonesas traducidas al castellano.

En este ejemplo se observa cierta tolerancia obvia por parte de la revista hacia alteraciones que tengan que ver con las barreras entre los dos idiomas en cuestión (castellano y japonés), pero no se acepta tan fácilmente la supresión de elementos que son considerados – ya sea por la empresa que lleva a cabo el doblaje o por el canal emisor– inapropiados para un público infantil. En otras palabras, hay una búsqueda de “fidelidad”, de respeto por el texto original. Esto también queda en evidencia en el número 7, que incluye una extensa entrevista a Jorge Contreras, director de programación de Magic Kids y Big Channel. Leandro Oberto, quien firma la nota, consulta a Contreras por diversos cortes de escenas y modificaciones en los diálogos sufridas por *Dragon Ball*, y le pregunta por qué, por ejemplo, no emiten versiones sin censura durante la madrugada, a lo cual Contreras responde que la política del canal es destinar la programación al público infantil las 24 horas. La entrevista continúa con un recorrido por diferentes temas (niveles de audiencia de Magic Kids, próximos estrenos, etc.), y cierra con una reflexión editorial, en la cual Oberto expresa:

“Magic, Big y Cablín, en solitario y sin quererlo crearon un nuevo mercado el día que decidieron transmitir 24 hs., el de los adolescentes y adultos que consumen dibujos animados. Irónicamente están dispuestos no sólo a desaprovecharlo y regalárselo a otras empresas (...) [sino también] a maltratarlo y espantarlo. (...)”

Recientes cortes aislados realizados por Magic a estas series –más allá de los ya inflingidos en México al ser dobladas– aún para las emisiones de pasada la medianoche resultan extremadamente frustrantes (o ridículos, como en el caso del cap. 140 de *Sailor Moon* donde cortaron un torso desnudo masculino⁴¹). (...)”

Una empresa tiene todo el derecho del mundo a autocensurarse, a levantar la

41 El caso al que hace alusión involucra a un personaje de *Sailor Moon*, llamado Ojo de Pez; se trata de un villano *trans*, con características físicas prominentemente femeninas –un rostro fino y delgado, ojos maquillados, tez suave– y una actitud amanerada. En la versión al español, el personaje fue interpretado por una mujer –a diferencia de la versión original–, pero se respetó la identidad *trans* del personaje al dejar intacta una escena en la que se ve el torso desnudo –masculino– de Ojo de Pez. Dicha escena, no obstante, fue eliminada por Magic Kids en distintas emisiones.

bandera blanca, rendirse ante un enemigo que todavía no ha aparecido –y que quizá no exista– pero no conozco un solo caso donde tal actitud no [haya] sido catastrófica para la industria a la que pertenece”.

(Leandro Oberto, en *Lazer* #7, 1998: 20)

Esta postura editorial es sostenida no sólo por Oberto sino por el resto del equipo de *Lazer* en los distintos números de la revista. No obstante, al poco tiempo, Magic Kids decide poner al aire un programa denominado *Club del animé*, con el cual el canal por fin parece dar una respuesta a las demandas de *Lazer* y su público: se trata de un bloque de dos horas destinado a la emisión de material “para fans”, desde capítulos de series inéditas en el país, hasta la emisión de los mencionados *openings* y *endings* originales. Un detalle central es que el programa es conducido por el mismo Oberto, quien termina manifestando en la revista su satisfacción por la apuesta de la señal:

“Qué hago yo trabajando para Magic Kids, un canal al que me cansé de criticar desde el nacimiento de *Lazer* allá por mediados de 1997? [...] El programa se iba a hacer de todas formas, con o sin mí. Creí (y creo) que si lo hacía yo podía lograr más que ninguna otra persona que nueva gente descubriera las infinitas posibilidades de la animación y los comics”

(Leandro Oberto, en *Lazer* #11, 1998: 2)

En ese espacio se produjo el estreno del animé *Ranma ½*, que cuenta la historia de un joven de 16 años llamado Ranma Saotome, quien resulta víctima de una maldición que lo transforma en mujer cada vez que es mojado con agua fría, mientras que el contacto con agua caliente vuelve a convertirlo en hombre. Por decisión de Magic Kids, a una gran cantidad de capítulos de la serie se le suprimió una significativa cantidad de escenas (principalmente aquellas que incluyeran desnudos). En el número 12 de *Lazer*, el director de la revista

manifestó su desacuerdo respecto a la persistencia del canal en censurar sus productos:

“[Es frustrante] ver cómo mientras *Club del Animé* tiene contados los minutos que tiene para grabar no hay problema en utilizar una semana entera una isla de edición del canal para censurar, cortar partes (o “arreglar”, que es el eufemismo que se han inventado) una serie como *Ranma ½*. (...) [Es frustrante] que nadie me dijera que estaba presentando con una sonrisa de oreja a oreja el avant premiere de un capítulo de *Ranma* masacrado a tijeretazos en el propio canal”.

(Leandro Oberto, en *Lazer* #12, 1999: 23)

En el mismo número se incluyeron capturas de pantalla de las escenas eliminadas de *Ranma ½*, que consisten básicamente en desnudos femeninos (ver *Figura 6*), y se manifiesta que “lo más triste [es] que esto se puede ver todas las tardes en la televisión abierta de Chile (un país históricamente mucho más conservador)” (*Lazer* #12, 1999: 25) y que la sucesión de cortes hace que la trama de la serie se vuelva incomprensible (ver *figura 6*).



Figura 6: una de las páginas de *Lazer* en las que se “denuncia” la censura ejercida por Magic Kids sobre *Ranma ½*.

Estas críticas derivaron en el alejamiento de Oberto del programa. Diversos medios gráficos y radiales se hicieron eco de esta situación. Tal es el caso del artículo “Otro héroe animado japonés llegó a la pantalla local” (*Clarín*, 8/6/1999), en el que se hace hincapié en que la serie está “pensada para el público adolescente”, motivo por el cual “es convincente al expresar algunas tensiones características de esa edad: la exploración sexual, la identificación con los pares o la autoexclusión”, y se menciona que este es uno de los mayores logros argumentales

de la serie, cuestión que no impide que “Magic [haya aplicado] tijeras ([como] ya lo hizo con *Dragon Ball*) para alivianar los contenidos y hacerlos aptos para la platea infantil”. Por otra parte, en el artículo “Dibujos de ojos grandes” (*Página/12*, 30/5/1999) no sólo se hace alusión a la censura llevada a cabo sobre *Ranma ½* sino también a la desvinculación de Oberto, quien es entrevistado y repite su postura con respecto a la política de Magic Kids.

El análisis del papel desempeñado por la revista *Lazer* durante el período de expansión del animé y el manga en Argentina nos lleva a concluir que la revista ocupó un lugar significativo en dicho proceso, debido no sólo a su creciente distribución en el circuito comercial local, sino también porque contribuyó a la consolidación de los mecanismos metadiscursivos de este tipo de textos, que gradualmente comenzaron a ser denominados con un nombre distintivo del resto de los textos emitidos en Magic Kids, tanto por el propio canal (como lo prueba la existencia del *Club del animé*) como por los otros discursos que hacían referencia a ellos.

Para dar cuenta de esta consolidación, en el próximo capítulo nos concentraremos en el otro grupo que conforma nuestro corpus de trabajo, el de artículos correspondientes a la prensa “no especializada”, con el fin de dar cuenta de cierta “evolución” en el tratamiento del tema por parte de los diarios de tirada masiva.

Capítulo 4. Transformaciones en la discursividad metadiscursiva del animé y el manga en Argentina

En el capítulo final de este trabajo, nos ocuparemos de analizar los 42 artículos que componen el segundo grupo de nuestro corpus. Nuestro fin, como ya hemos mencionado, es indagar qué tipo de transformaciones se suscitan en los metadiscursos locales dedicados a la animación y la historieta japonesa.

En la siguiente tabla, indicamos la cantidad de noticias dedicadas al animé y al manga⁴² encontradas en cada uno de los diarios a lo largo de todo el período en base al cual armamos nuestro corpus:

	Clarín	La Nación	Página/12	TOTAL
1997	1	-	-	1
1998	3	1	-	4
1999	10	7	1	18
2000	5	4	-	9
2001	1	2	-	3
2002	1	-	-	1
2003	4	-	-	4
2004	1	-	-	1
2005	-	1	-	1
TOTAL	26	15	1	42

Como se puede observar, en los años 1999 y 2000 se registra una presencia del tema en la prensa que es considerablemente mayor a la de los años previos, así como también a los

⁴² Vale aclarar que, aunque los 42 artículos revisten relevancia para nuestro análisis, algunos sólo abordan la cuestión del animé y el manga de manera muy tangencial. Por ejemplo, el texto que da inicio al corpus (“El cable siguió avanzando”; Clarín, 18/12/1997), no alude en ningún momento a las series animadas ni a los cómics japoneses, pero menciona que Magic Kids fue el canal de cable más visto en 1997, “con casi 52 mil chicos y grandes pegados al televisor”, y comenta que Locomotion –en ese momento, sólo disponible a través del sistema satelital– es una opción alternativa para el público infantil.

años posteriores. A su vez, queda en evidencia que, de los tres diarios seleccionados, es Clarín el que lleva la delantera en cantidad de artículos dedicados al animé y al manga, llegando casi a duplicar las publicaciones hechas por La Nación, mientras que en Página/12 apenas se cuenta un artículo (coincidentalmente, en 1999, el año en que más espacio se le dedicó al tema en los medios gráficos).

El análisis que efectuaremos a continuación toma en cuenta dos factores principales. En primer lugar, prestaremos atención al carácter que predomina en los distintos artículos: si son de índole descriptiva, informativa, o valorativa. En segundo lugar, repararemos en cuál es la postura que se manifiesta en cada una de las noticias con respecto al tema (positiva, negativa, neutral). Una vez efectuada esta parte del análisis, trataremos de integrar las observaciones formuladas con el fin de elaborar algunas conclusiones.

Primera variable de análisis: función

En primer lugar, prestaremos atención a la “función” que cumple cada uno de los artículos que conforman nuestro corpus. Desde esta mirada, es posible identificar tres sub-grupos:

- 1) Varias noticias están enfocadas, fundamentalmente, en difundir o comunicar fechas de estreno y/u horarios, novedades sobre eventos, publicaciones y demás cuestiones relacionadas al "mundo del animé y el manga". Nos referiremos a este sub-grupo como artículos de **difusión**;
- 2) Otros artículos apuntan a explicar, con mayor o menor grado de precisión, las principales características y/o propiedades de este tipo de textos. Los llamaremos artículos **explicativos** (o **didácticos**).
- 3) En otros casos, las notas apuntan a poner de manifiesto una opinión acerca de la calidad y/o la pertenencia de las series y publicaciones japonesas. Los

denominaremos artículos de **opinión**⁴³.

Por empezar, diremos que, de las tres funciones, no hay una que predomine sobre el resto. De hecho, estas distinciones no se excluyen entre sí; por el contrario, en muchos casos, un mismo artículo presenta más de una de las funciones. No obstante, notamos variaciones en la frecuencia con la que cada función aparece y en los modos en que se articulan entre sí. En este sentido, los artículos informativos están presentes a lo largo de todo el período, pero, en los primeros años –particularmente 1998 y 1999– aparecen articulados, en algunos casos, con rasgos explicativos, y en otros, con la puesta de manifiesto de una opinión.

Entre los distintos artículos que apuntan tanto a difundir como a dar a conocer este tipo de productos, el primero que podemos mencionar se titula “Cable: instrucciones para su uso” (*Clarín*, 12/6/1998). Allí puede leerse que Magic Kids “apuesta fuerte” a lo que en la nota llaman “Japanimation”, series japonesas de animación como *Sailor Moon* y *Dragon Ball*, que alcanzan a “espectadores casi preadolescentes”. Esto es retomado en el artículo “Dibujitos a lo grande” (*La Nación*, 7/8/1999), donde se asegura que “ya hace tiempo que los dibujitos animados dejaron de ser propiedad exclusiva de los niños (...) porque las ofertas animadas están destinadas cada vez más a los adolescentes. O incluso, a sus padres”. En la nota incluyen al animé *Ranma ½* entre dibujos animados como *Los Simpsons* y *South Park*, productos que, de acuerdo al autor, están destinados a públicos de jóvenes-adultos. Días después, en el mismo diario, puede leerse una noticia titulada “De Tokio a la pantalla” (*La Nación*, 29/8/1999), donde se hace referencia al “fenómeno de los dibujos animados japoneses”, y se explica que

“Aunque en Japón, tanto las historietas (manga) como los dibujos animados (animé) son consumidos por adolescentes y adultos, acá su público mayoritario no supera los 18 años. A los más chicos les encanta, aunque la carga de doble sentido que tienen

43 En este primer apartado, solo tendremos en cuenta a los artículos de opinión en función de su articulación con aquellos en los que predominan las funciones de difundir y/o describir. La postura (positiva, negativa, neutral) tomada hacia el animé y el manga será tenida en cuenta, en sí misma, como una variable de análisis en el apartado siguiente.

les pasa completamente inadvertida. Los recientes estrenos en video de algunas de estas series fueron editados sin los cortes que sufren en su paso por la TV, donde muchas veces ante la necesidad de transformarlos en dibujos aptos para todo público, les quitan continuidad y sentido”.

(*La Nación*, 29/8/1999)

En estos artículos, identificamos una articulación entre, por un lado, datos informativos respecto a la emisión de series de animé, y por el otro, explicaciones sobre los públicos hacia los cuales estos tipos de textos estarían destinados (espectadores adolescentes y jóvenes-adultos, en oposición al público infantil de canales como Magic Kids).

Por otro lado, ciertas noticias de difusión que aparecen en nuestro corpus, presentan, a la vez, elementos de opinión. En algunos casos, la apreciación es positiva, como en un caso que mencionamos en páginas anteriores, el artículo “Otro héroe animado japonés llegó a la pantalla local” (*Clarín*, 8/6/1999). Allí, María Iribarren (autora de la nota) se refiere al estreno de *Ranma ½* por Magic Kids, pero además de comunicar los datos de emisión y describir la trama del producto, destaca sus “logros argumentales” e indica que posee una “belleza visual [de un nivel] poco frecuente (escenas de desnudos y encuentros sexuales entre los jóvenes incluidas)”; asimismo, lamenta la censura ejercida por el canal infantil argentino:

“La serie, pensada para el público adolescente, es convincente al expresar algunas tensiones características de esa edad: la exploración sexual, la identificación con los pares o la autoexclusión, la aprobación o la desobediencia de los mandatos paternos. Este es, sin duda, uno de los mayores logros argumentales de *Ranma 1/2* que además exhibe una belleza visual poco frecuente (escenas de desnudos y encuentros sexuales entre los jóvenes incluidas). Sin embargo, la teleaudiencia argentina verá una versión sui generis de *Ranma 1/2* dado que Magic aplicó tijeras (ya lo hizo con *Dragon Ball*) para alivianar los contenidos y hacerlos aptos para la platea infantil.”

(Clarín, 8/6/1999)

Un caso similar se presenta en “*Ranma ½*, para mayores de 13” (*La Nación*, 9/7/1999), artículo que anuncia la salida a la venta en VHS del animé en cuestión. En la nota, además de remarcar que la televisión local adapta la mayoría de las producciones animadas japonesas pensando en el público infantil –algo que no sucede en la edición en video, que sólo es apta para mayores de 13 años–, se resalta que Rumiko Takahashi –autora del manga a partir del cual fue adaptado el animé– “muestra que la confusión sexual es algo que puede vivirse con naturalidad, y que en muchos jóvenes existe un lado femenino que conviene explorar”.

Otros artículos, en cambio, articulan la difusión sobre distintos animé con un componente de opinión negativa. Se trata, fundamentalmente, de críticas a estrenos en televisión y/o en cine de distintos productos animados japoneses, como es el caso de “Superhéroes a la japonesa” (*Clarín*, 7/1/1999), dedicada al estreno de la película *Dragon Ball Z II: El Poder Invencible*. En el artículo, no solo se critica la calidad de la animación y del guión, sino que, además, se afirma: “El inmenso universo del manga japonés es mucho más amplio que *Dragon Ball Z*. Y el espectador curioso debería adentrarse allí, en la obra de Hayao Miyazaki (...) o en representaciones como *Akira* y *Ghost in the Shell* que, si bien [son] violentísimas y no aptas para los más chiquitos, están a la altura de la herencia que reclaman”. Tampoco es favorable una crítica a la tercera película de la saga, *Dragon Ball Z III: Guerra entre dos Mundos*, titulada “El futuro se dibuja con ruido y sin poesía” (*La Nación*, 9/12/1999), aunque, mientras que el ejemplo anterior argumentaba su posición destacando una supuesta inferioridad de la película con respecto a otras producciones japonesas, en este caso está presente una mirada nostálgica que anhela dibujos animados de épocas previas, desde “los cándidos dibujos de Walt Disney” hasta “un Popeye dispuesto a las más atrevidas e ingenuas aventuras para conquistar el amor de Olivia”. En oposición a “la ternura de Bambi” y “la

simpatía de Dumbo”, para el autor, aparece este film, “sin demasiada imaginación y con una fórmula repetida hilvanada en torno de un guión en el que la violencia desmedida es el eje de tal cantidad de golpes, corridas y artes marciales que sepultan sin remedio un argumento nada imaginativo”.

Dicho esto, podemos afirmar que, en los artículos que corresponden al año 2000 en adelante, la articulación entre las tres funciones que indicamos se vuelve menos frecuente. Podemos encontrar varias notas destinadas a explicar las particularidades que hacen de la animación y de las historietas japonesas un tipo de producción distintiva (y en ellos suele estar presente cierta valoración positiva). Es el caso de notas como “Todo el animé” (*La Nación*, 21/7/2000), “El cómic japonés hace furor entre chicos y adolescentes” (*Clarín*, 21/8/2000) o “Las historietas japonesas hacen furor y generan miles de dólares” (*La Nación*, 30/10/2000), que funcionan como “guías introductorias” al “fenómeno del animé”, haciendo hincapié en producciones menos conocidas y que exceden al universo de lo transmitido por Magic Kids.

Pero en los artículos estrictamente de difusión, decrece cada vez más la presencia de rasgos explicativos y/o de opinión; aquellos pasan a dedicarse, principalmente, a anunciar estrenos, emisiones especiales, eventos o salidas a la venta de diversos productos, sin entrar en detalle respecto a lo que diferenciaría a las series y las historietas japonesas de otro tipo de producciones. Por ejemplo, la nota “Sobredosis de animé” (*Clarín*, 14/10/2000) anuncia una maratón de 52 horas de *Evangelion* en el canal Locomotion; se refiere a la serie como un animé “de culto para los admiradores del género”. La crónica “2.000 fanáticos se reunieron y compartieron un día de fantasía” sintetiza lo más importante de Fanatix 2000, “la primera convención nacional de aficionados al género fantástico y el entretenimiento”, entre los que incluye a los amantes del animé, además de *fans* de títulos como *Star Wars*, *Star Trek* o *X-Files*. El último ejemplo lo encontramos en el artículo que cierra nuestro corpus, titulado “Animé,

animé, todo el día animé”, que anuncia el estreno del canal de televisión Animax, destinado a la emisión de series de animación japonesa durante las 24 horas, sin censuras y con una diversidad de subgéneros.

Como una primera conclusión, podemos decir que en los años de “explosión” del animé en la televisión por cable, los metadiscursos que los abordan articulan funciones difusivas y explicativas: no sólo apuntan a comunicar novedades sobre las emisiones de este tipo de textos, sino también a poner de relieve aquellos rasgos que las distinguen (positiva o negativamente) de las occidentales. No obstante, con el correr de los años, esta confluencia se va disipando, y si bien los artículos explicativos siguen apareciendo, ya no apuntan tanto a identificar los rasgos que diferenciarían a la animación japonesa de la occidental, sino a ampliar su “universo” y acercarlo al plano local. Por otro lado, los artículos meramente difusivos van dejando de lado esa función explicativa y se limitan a anunciar novedades respecto al animé, al cual hacen referencia como género, sin ahondar en sus particularidades ni especificidades.

Segunda variable de análisis: postura

Otro factor que consideramos importante es la posición que en cada artículo aparece manifestada con respecto al tema en cuestión (no sólo en las notas de opinión, sino también en las de difusión y explicación). En este sentido, notamos que ciertos textos se expresan de forma positiva con respecto a diferentes rasgos del animé y el manga, mientras que algunos lo hacen de manera negativa, y, por último, hay otros en los que se registra una postura más neutral. Es importante aclarar que, dado que adoptamos un enfoque discursivo, las intenciones y/o la opinión de los distintos autores de los artículos no son primordiales para nuestro análisis; no obstante, prestamos atención a esto porque las observaciones valorativas que se ponen en juego en dichos artículos suelen estar ligadas a las clasificaciones genéricas

silvestres del animé y el manga (por ejemplo, una actitud negativa en relación a su “violencia”, la cual es juzgada como inapropiada para “dibujos animados infantiles”).

En principio, podemos decir que diversos artículos –especialmente en los años 1999 y 2000– parecerían querer dar lugar a un debate sobre qué contenidos televisivos son apropiados para el público infantil, y cuáles no. Dentro de esta “polémica”, incluyen a las producciones animadas japonesas entre los productos que consideran inapropiados. Esto puede verse, por ejemplo, en la nota “Los chicos quieren una televisión menos violenta” (*La Nación*, 12/9/1999), en la que se denuncia una “invasión de violencia” en las pantallas televisivas. Allí se recurre a testimonios de niños de entre 8 y 15 años que expresan su descontento con diferentes situaciones emitidas en televisión, entre las que incluyen escenas de violencia y de sexo. El animé *Ranma ½* es mencionado entre los dibujos animados “inapropiados”, tanto en este artículo como en “Los contenidos de la TV, tema de debate” (*La Nación*, 22/1/2000), que alude a un informe presentado por el COMFER acerca del animé en cuestión:

“La serie se emite por un canal infantil a las 12, a las 18 y a las 23. En una escena, en un parque, dos hombres hipnotizan a Ranma mujer y la obligan a desnudarse. Cuando se saca la blusa, un enano pervertido se abalanza sobre ella y le succiona los pechos. Una madre que veía el programa con sus hijos realizó la denuncia, sorprendida por una escena sexual que le indignó”.

(*La Nación*, 22/1/2000)

Este tema es retomado en “El deber de los padres y los canales” (*La Nación*, 9/7/2000), que pone el eje tanto en las familias y los chicos consumidores de televisión como en las empresas emisoras y en los productos en cuestión. En la nota se explica que, según el COMFER, “los dibujos animados tradicionales”, como *Popeye* y *Tom y Jerry*, “presentan la

violencia en su registro imaginario”, mientras que en series japonesas como *Dragon Ball Z*, *Caballeros del Zodíaco*, *Evangelion*, “la violencia asume características que la vinculan con la dimensión de la muerte en su registro real”. Al respecto, en el artículo se postula la necesidad de que los organismos reguladores estatales intervengan como “orientadores coyunturales” para ayudar a los niños y a sus familias a discernir entre aquellos contenidos apropiados e inapropiados:

“La información que puede derivar de los medios y que los chicos incorporan veloz y eficazmente es obvio que no encuentra en ellos la contrapartida de principios éticos instalados sólidamente. La constricción o la limitación informativa respecto de las violencias no depende exclusivamente de los contenidos propuestos, sino de quienes habrán de recibirlos. Si bien no podemos predecir con certeza los efectos que, en cada niño, podrían estar asociados a la incorporación de dicha información, en cambio sabemos que privilegiar determinados principios capaces de activarse como filtros informativos forma parte de las prácticas políticas”.

(La Nación, 9/7/2000)

Por otra parte, tal como lo indicamos en el apartado anterior, distintos artículos expresan una opinión positiva en lo que refiere a ciertas propiedades que convertirían al animé en una producción distintiva, y expresan, por el contrario, su descontento con las ediciones llevadas a cabo tanto por las empresas comercializadoras como por los canales televisivos emisores. En la nota “El reino del revés” (*Clarín*, 11/9/1998), dedicada al éxito del animé *Dragon Ball* y de la serie norteamericana *South Park*, se comenta que, si bien “no es difícil imaginar a padres argentinos alarmados ante la adicción que sus hijos tienen a [*Dragon Ball*]”, la “situación” no es grave, dado que “hay gente que se queja por cualquier cosa y cuando menos fundamentos tienen, más aparatosas son sus amenazas”. El eje del artículo está puesto en la reversión de ciertas “fórmulas clásicas”, y mientras que en *South Park*, para el autor, la

clave está en la sátira y el sarcasmo, en *Dragon Ball* el tema de fondo no es la violencia sino “la amistad y la lealtad”, algo que no considera que pueda resultar nocivo para un espectador infantil.

El costado “menos masivo” del animé es abordado en el artículo “Otro secreto japonés” (*Clarín*, 17/12/1999), que alude a *La Princesa Mononoke* (*Mononoke Hime*), película animada dirigida por Hayao Miyazaki. El texto pone en primer plano la belleza visual, la complejidad temática y el efecto de influencia ejercido por las producciones de Miyazaki, y llega a decir que *La Princesa Mononoke* “es más violenta que *Dragon Ball*, está mejor dibujada que *El Rey León* y es un complejo, profundo cuento de magia y pérdida apto para audiencias de 10 a 100 años”. A su vez, en “Todo el animé” (*La Nación*, 21/7/2000), se explica que el número de seguidores de la animación japonesa no se reduce a públicos infantiles, y que, en Argentina, es cada vez más alto y más diverso. A esto le sigue un listado de títulos, canales y eventos que pone el acento en esa diversidad que caracterizaría al animé, en tanto incluye propuestas para niños, adolescentes y adultos.

Especialmente interesante resulta el caso de “Dibujos de ojos grandes” (*Página/12*, 30/5/1999), una extensa nota que pone el acento en cuestiones ligadas a la diversidad sexual y de género, presentes en distintas producciones animadas de Japón. En el artículo se resalta que “muchos de los protagonistas [de las series de animé] son gays, hermafroditas o chicos que se convierten en chicas”, refiriéndose, particularmente, a *Ranma ½*. Al respecto, en la nota se critica la decisión de Magic Kids de censurar los desnudos en la serie, y se hipotetiza que el canal “debe haberse dado cuenta de la potencial 'peligrosidad' de estas escenas, en caso de que algún padre conservador se pusiera a ver dibujos con sus hijos”. Asimismo, se hace referencia a la presencia de una pareja homosexual en *Sailor Moon*, y se critica el hecho de que la adaptación para Latinoamérica reescriba la historia para que parezca que se trata de una

pareja heterosexual⁴⁴. En esta nota, la apreciación positiva está dirigida a ciertos elementos del animé que parecerían ubicarlo “a la vanguardia” de otras producciones animadas, en tanto parecería intentar romper con estereotipos y arquetipos físicos, románticos y sexuales. La crítica, por otra parte, no solo está dirigida a las instituciones y empresas que censurarían estas especificidades e intentarían “occidentalizar” los productos: también se extiende a la “lectura” llevada a cabo por el público local, a la cual hacen referencia al mencionar a la revista *Lazer* y su correo de lectores. Esto se evidencia en la siguiente cita, donde no sólo se reprocha la actitud de los consumidores aficionados de animé, sino también de los mismos editores de la revista:

“Las respuestas y los interrogantes en la sección correo de *Lazer* hacen gala de una alarmante homofobia, lo cual, considerando que los lectores conocen sin equívocos las historias completas, no deja de ser paradójico. Es más, cuando en *Sailor Moon* aparecieron Haruka y Michiru, dos nuevas guerreras lesbianas que viven juntas y una de las cuales pasa los primeros capítulos vestida como hombre porque ésa es su 'identidad secreta', *Lazer* publicó una foto de Haruka con el tan celebrado como dudoso epígrafe: 'Tan linda y es tortillera'”.

(Página/12, 30/5/1999)

A partir de estos extractos, detectamos que durante 1999 y 2000 hay una tensión entre ciertos artículos que abogan por mayor regulación de los contenidos televisivos, haciendo hincapié en los animé como productos inapropiados para el público infantil, y otros que relativizan los objetos de crítica de los primeros, y ponen en primer plano la belleza estética y

44 “El destino del universo es un matriarcado: las guerreras no tienen por qué masculinizarse para ser poderosas. Pero tienen que luchar con los más siniestros villanos. Es aquí cuando el doblaje traiciona por primera vez al espectador. (...) [En *Sailor Moon*] aparecen los villanos del Megaverso, un universo paralelo que amenaza con destruir a éste. Sus lugartenientes son dos guerreros: Malachai y Zoycite. Malachai es un atractivo guerrero de larga cabellera; Zoycite, su “compañera”, lucha junto a él y le oculta su apasionado amor (Malachai no la corresponde). Pero el problema es que en la versión original, Zoycite no era una guerrera, sino un guerrero. Andrógino, muy femenino, pero hombrecito. Basta con ver el dibujo: Zoycite no tiene senos, cuando los senos de las mujeres del anime suelen ser bastante grandes” (Página/12, 30/5/1999).

la complejidad y originalidad argumental de las series japonesas –y, en el último caso, su “progresismo” en materia de diversidad sexual y de género–. Con el correr de los años, el componente valorativo va decreciendo, y cuando aparece, no es para hablar –positiva o negativamente– de las propiedades del “género animé”, sino, sencillamente, para emitir una opinión sobre la calidad de un determinado título, sin dar mayor importancia a la cuestión de la pertinencia o no de su emisión.

Transformaciones metadiscursivas

La sección “News” de la edición 14 de *Lazer* (1999) abre con una noticia titulada “Para bien o para mal el animé ya es definitivamente un producto masivo en argentina”. Allí, se menciona que las palabras “animé” y “manga”, que hasta hacía poco tiempo eran desconocidas, pasaron a formar parte de un “bombardeo” en publicidades televisivas, revistas y otros productos. Se asegura, además, que

“‘Anime’ se ha vuelto sinónimo de dinero y todos han salido a subirse en el carro, o por lo menos les ha picado la curiosidad de por qué tanta gente se interesa en eso y cómo ha afectado a sus propios negocios. (...) [En los últimos meses] hemos asistido tanto a los más bajos ataques de periodistas y funcionarios públicos que (con olor a interés económico) levantando la bandera de la moralidad lo quiere censurar, como a los más insólitos elogios y promociones en lugares insospechados. (...) Del talento que tengamos los que estamos metidos en este negocio para promocionar hacia el público correcto cada producto de animé, en vez de meterlo todo en la misma bolsa, y aprender de los errores que se cometen, dependerá que esta popularidad acabe en unos meses o dure para siempre”.

(*Lazer* #14, 1999: 3)

La referencia al “público correcto” parecería ser la clave para entender el eje central de

la cuestión que nos atañe. Como resultado de nuestro análisis, identificamos una “evolución” respecto a la concepción del animé y el manga presente en su discursividad metadiscursiva –o, por lo menos, en el fragmento que conforma nuestro corpus–. Durante los años de “explosión” de este tipo de textos en Argentina, puede leerse una tensión entre quienes insisten en referirse a ellos como “dibujitos japoneses”, violentos e inapropiados, y quienes se esfuerzan por remarcar –de forma positiva– aquellos rasgos que los convierten en productos culturales únicos, que no deberían ser comparados con los dibujos “tradicionales”.

A lo largo de los primeros años de la década de 2000, en coincidencia con el crecimiento de canales como Locomotion y Animax –que parecerían querer apuntar a ese “público correcto” al que aludía Oberto–, notamos una progresiva “naturalización” del animé y el manga en los metadiscursos, lo cual nos lleva a considerar que nuestra hipótesis sobre cierta consolidación metadiscursiva de este tipo de textos es correcta. En este sentido, consideramos que la inserción de las series japonesas en grillas de programación destinadas a públicos infantiles, durante las 24 horas del día, constituyó uno de los factores que hizo que el animé, paulatinamente, comenzara a adquirir cierta solidificación, y que pasara a ser diferenciado del resto de los dibujos animados. Creemos que dicha solidificación se fue acentuando a medida que la diversidad que caracteriza al animé fue volviéndose más notoria, con la comercialización local de cada vez más series animadas japonesas, con *targets* claramente diferenciables, y en espacios de difusión que exceden a los canales infantiles de cable.

Notamos, a su vez, que en nuestro corpus el animé ocupa el centro de la escena, mientras que su par historietístico, el manga, parece quedar a un costado. No obstante, consideramos que la hipótesis que guía nuestro trabajo también se confirma en el caso de las historietas japonesas, dado que, si bien en los artículos se pone el acento en la animación japonesa, frecuentemente se alude a los “cómic nipones”, y las opiniones, valoraciones y

observaciones que se formulan sobre el animé suelen extenderse también al manga.

Consideraciones finales

En las primeras páginas de nuestra tesina, cuando hablamos de la “mundialización” del animé, dijimos que nuestro interés no estaría en celebrar, de forma irreflexiva, la “disolución de fronteras culturales”, ni tampoco en condenar la expansión de los productos culturales en el mercado global. Nuestro foco, en cambio, apuntaría al abordaje de nuestro objeto reparando en las especificidades identificadas en su emisión local.

A lo largo de este trabajo exploratorio, además de describir las principales características de la expansión del animé y el manga, intentamos comprobar si dicho proceso implicó que este tipo de textos fuesen clasificados, eventualmente, como “géneros” diferenciados de los productos animados e historietísticos dirigidos a públicos infantiles. Como ya indicamos anteriormente, creemos que, efectivamente, la difusión y popularización de las series animadas e historietas japonesas en el mercado local provocó que las clasificaciones utilizadas para aludir a ellos sufrieran transformaciones, algo que podemos inferir a partir del abordaje de nuestro corpus.

Consideramos que el momento actual presenta una complejización de las operaciones de asignación de sentido al animé y al manga. La diversificación de los canales de difusión de todo tipo de productos culturales –no sólo las series y las historietas japonesas–, sumado a un rol cada vez más activo de los consumidores implica poner el acento no sólo en lo que se consume sino, fundamentalmente, en *cómo* se lo consume.

En esta tesina, nos concentramos en las transformaciones suscitadas en la discursividad metadiscursiva de un tipo de producción cultural específica, en un período

específico y un escenario delimitado. Nos parece necesario profundizar la investigación poniendo énfasis en la detección de los modos de lectura que son puestos en juego en el plano de la recepción, con el fin de poder aproximarnos a los posibles efectos de sentido que estos textos pueden generar.

Esperamos que este trabajo constituya un aporte al estudio de los discursos mediáticos desde una perspectiva que entiende que el sentido se construye social e históricamente, y que los fenómenos de la mediatización contemporánea contribuyen a la transformación de la “textura” de los imaginarios sociales.

Bibliografía

ALABARCES, Pablo (2002) "Estudios culturales". En Carlos Altamirano (dir.) *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.

APREA, Gustavo; MARTÍNEZ MENDOZA, Rolando (1996) "Hacia una definición del género telenovela". En SOTO, Marita (coord.), *Telenovela/Telenovelas. Los relatos de una historia de amor*. Buenos Aires: Atuel.

BARREIRO, Ricardo (2001) *Historia de los fanzines en Argentina*. Libros en red (www.librosenred.com)

BERDNT, Jacqueline (1996) *El fenómeno manga*. Barcelona: Martínez Roca.

BELLUCI, Noelia; DONALDSON, Rosario; VARNERIN, Romina (2009) "Superhéroes en el animé: un abordaje semiótico". Ponencia presentada en las XIII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación: *Itinerarios de la comunicación, ¿una construcción posible?*. San Luis. Disponible en: http://www.redcomunicacion.org/memorias/p_jornadas_p.php?id=1067&idj=10.

BORDA, Libertad (2008) "Fan fiction basada en *Yo soy Betty, la fea*: entre el desvío y el límite". En ALABARCES, Pablo; RODRÍGUEZ, María Graciela (eds.) *Resistencias y mediaciones. La cultura popular en la Argentina contemporánea*. Buenos Aires: Paidós.

----- (2011) *Bettymaníacos, luzmarianas y mompirris: el fanatismo en los foros de telenovelas latinoamericanas*. Tesis de doctorado

BRENNER, Robin (2007) *Understanding manga and anime*. Westport, Connecticut, London:

Libraries unlimited.

CALABRESE, Omar (1989) *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.

CARRIL, Mariela (2003) *Anime y manga*. Tesina de grado, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación.

COBOS, Tania Lucía (2010) "Animación japonesa y globalización: la latinización y la subcultura otaku en América Latina". En Revista *Razón y palabra* n°72. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/32_Cobos_72.pdf

DEL COTO, María Rosa (1996) *De los códigos a los discursos. Una aproximación a los lenguajes contemporáneos*. Buenos Aires: Editorial Docencia.

DÍAZ CINTAS, Jorge; MUÑOZ SÁNCHEZ, Pablo (2006) "Fansubs: audiovisual translation in an amateur environment". En Revista *The Journal of Specialised Translation* N°6. Disponible en: http://www.jostrans.org/issue06/art_diaz_munoz.php

FERNÁNDEZ, José Luis (1994) "Broadcast yourself: ¿oxímoron o confusión entre medios?". En Revista *Comunicar* n°22. España: Grupo Comunicar.

----- (2012) *La captura de la audiencia radiofónica*. Buenos Aires. Líber Editores.

FERRER SIMÓ, María Rosario (2005) "Fansubs y scanlations: la influencia del aficionado en los criterios profesionales". En Revista *Fuentes* n° 6.

GENETTE, Gerard (1989) *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

GOLDENSTEIN, Bárbara; MEO, Analía (2010) *Construcción del mito en la animación japonesa. Su relación con la tecnología, los mass media y la naturaleza*. Tesina de grado publicada. Buenos

Aires: Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación. Disponible en: http://comunicacion.fsoc.uba.ar/tesinas_publicadas/Goldenstein%20y%20Meo.pdf

JAKOBSON, Roman (1963) "Aspects linguistiques de la traduction". En *Essais de Linguistique Générale*. Paris: Minuit.

KIRCHHEIMER, Mónica S. (2005a) "El reproche de la comicidad. Lectura sobre dos dibujos animados no infantiles". En Revista *Figuraciones* N°3. Buenos Aires: IUNA. Disponible en: <http://catedras.fsoc.uba.ar/steimberg/pdf/kirchheimer04.pdf>

----- (2005b) "De *Los Simpson* a *American Dad*". Ponencia presentada en las IX Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación. Red Nacional de Investigadores en Comunicación y Universidad Nacional de Villa María.

LACALLE, Charo (2005) "Presentación". Revista *Designis*, 7/8. Disponible en: http://www.designisfels.net/designis78_2.htm

LEVI, Antonia (1996) *Samurai from Outer Space. Understanding Japanese Animation*. Chicago and Lasalle, Illinois: Open Court.

MARTÍNEZ ALONSO, Germán (2012) "La revista *Lazer* y la masificación del animé en Argentina". Ponencia presentada en el II Congreso Internacional de Historietas y Humor Gráfico *Viñetas Serias*. Disponible en: http://www.vinetasseries.com.ar/pdf/actas2012/Alonso_VS_2012.pdf

----- (2013) "Tres momentos en la circulación del animé y el manga en Argentina". En Revista *Question*, Vol. 1, N°39 (julio-septiembre). La Plata: Instituto de Investigaciones en Comunicación.

MATTELART, Armand y MATTELART, Michèle (1995) *Historia de las teorías de la comunicación*.

Madrid: Paidós.

METZ, Christian (1972) *Ensayos sobre la significación en cine*. Buenos Aires: Tiempo contemporáneo.

----- (1974) "El estudio semiológico del lenguaje cinematográfico". En Revista *Lenguajes* n°2, Buenos Aires.

NORRIS, Craig (2009) "Manga, anime and visual art culture". En Yoshio Sugimoto (comp.), *The Cambridge Companion to Modern Japanese Culture*. Cambridge University Press.

NAPIER, Susan (2001) *Anime from Akira to Princess Mononoke. Experiencing contemporary japanese animation*. Palgrave Macmillan.

PAPALINI, Vanina (2006) *Anime. Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social*. Buenos Aires: La Crujía.

PETRIS, José Luis (1999) "Carrera de Ciencias de la Comunicación: acerca de la semiótica, los comunicólogos, la comunicación y los semiólogos". Ponencia presentada en las II Jornadas Académicas de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales. Disponible en: http://www.catedras.fsoc.uba.ar/steimberg/docs/_petris.doc.

SAID, Edward (1990) *Orientalismo*. Madrid: Libertarias.

SCHODT, Frederik (1983) *Manga, manga! The world of japanese comics*. Tokyo: Kodansha.

----- (1996) *Dreamland Japan. Writing on modern manga*. Berkeley: Stone Bridge Press.

SCOLARI, Carlos (1999) *Historietas para sobrevivientes*. Buenos Aires: Colíhue.

SEGRE, Césare (1985) "Tema/motivo". En *Principios de análisis del texto literario*. Barcelona: Crítica.

STEIMBERG, Oscar (2002) "Géneros". En Carlos Altamirano (dir.) *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.

----- (2013a) *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.

----- (2013b) *Leyendo historietas. Textos sobre relatos visuales y humor gráfico*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.

TOFFLER, Alvin (1981) *La tercera ola*. México: Edivisión.

TRAVERSA, Oscar (1984) *Cine, el significante negado*. Buenos Aires: Hachette.

VÁZQUEZ, Laura (2010) *El oficio de las viñetas. La industria de la historieta argentina*. Buenos Aires: Paidós.

VERÓN, Eliseo (1986) "El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media". En *Les medias: experiencias, recherches actuelles, applications*. Paris: IREP.

----- (1987) *La semiosis social. Fragmento de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

----- (2004) "Diccionario de lugares no comunes (1979)" y "Cuando leer es hacer: la enunciación en la prensa gráfica (1984)". En *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.

----- (2013) "¿Seguimos en contacto?". En *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

ANEXO

Metadiscursos

(prensa no especializada)

Domingo 28 de diciembre de 1997

TELEVISION 97: AUMENTO LA AUDIENCIA

El cable siguió avanzando

El encendido creció un 50 por ciento respecto del 96. Aparecieron nuevas señales. Y ya está todo listo para los canales premium y la TV satelital.

VIVIAN URFEIG

Este año el cable tuvo un crecimiento impresionante. A las señales conocidas se sumaron once nuevas propuestas, se anunció una nueva modalidad que se estrenará en el 98 y el rating aumentó un 50 por ciento en relación con los números que se manejaron en el 96. Sin dudas, las vedettes fueron las noticias y el deporte. El cable ofreció este año 12 informativos, sólo 3 menos de los que pone en pantalla la televisión abierta. Y del abanico de propuestas deportivas, el fútbol se llevó todos los premios (el canal TyC Sports fue el deportivo más visto y se ubicó tercero en el ranking general). Si se tiene en cuenta que cada vez aparecen más señales que determinan la segmentación de la audiencia, no debería extrañar que Magic Kids haya sido el canal más visto, con casi 52 mil chicos y grandes pegados al televisor. Entre los musicales, Much Music llevó la delantera, privilegiando el rock nacional y promoviendo recitales en vivo y a beneficio. Y entre los magazines, Utilísima Satelital fue la preferida. En las Jornadas de Cable, que se realizaron en agosto, se presentaron las nuevas señales que se estrenaron en el último trimestre. MGM Gold es la señal de la Metro Goldwyn Mayer. Playboy TV le subió la temperatura al cable, codificador de por medio. Hallmark Entertainment Network es una productora de películas para televisión que comercializa Multicanal. Locomotion es la opción para chicos que se ve a través de Imagen Satelital.

En tanto, BBC World es el canal internacional de noticias de la BBC de Londres, que se ve a través de Cablevisión TCI durante todo el día, en inglés y sin subtítulos. People & Arts es una señal de BBC y Discovery Channel que se dedica a profundizar la historia de la humanidad. Animal Planet llegó para dominar el terreno de los documentales, con el material de la BBC y Discovery Channel. Bloomberg TV es una señal de noticias, negocios y finanzas, igual que CNN Financial Network. Por último Ciao TV, una señal creada por la comunidad italiana y Galicia TV, que emite desde España. Este año varios programas y conductores que nacieron en el cable se pasaron a la TV abierta. Es el caso, entre otros, de Infómanas, Palo y palo, D a 2, Roberto Pettinato y Pato Galván. Los números del 97 con respecto a la audiencia fueron determinantes: esta temporada el cable se quedó con el 32 por ciento del público. Es decir que de cada tres que miran tele, uno mira el cable. Esto indica que de ahora en más la TV abierta y el cable pelearán cuerpo a cuerpo la preferencia del público.

[Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/1997/12/28/c-01301d.htm>]

TELEVISION

El cable: instrucciones para su uso

Aquí un curso básico para no enroscarse en el cable. Dónde están los estrenos de cine y dónde los clásicos. Dónde el deporte nacional y el internacional. Quién tiene las noticias más rápido. Además, figuras de la tele nacional revelan qué canal de cable eligen cuando no se ven a sí mismas.

MARIA IRIBARREN, LUIS MARIA HERMIDA Y DIEGO LERER

No son sólo números. A ver: 22 y 23, ¿iguales? En uno de los cables, parecidos. 14 y 15, ¿parecidos? En ese mismo cable, completa mente distintos. ¿Y 5 y 61? ¿Completamente distintos? Error, casi iguales. Tampoco son una escalera, y mucho menos real, que hay que recorrer en zapping frenético del 1 al 70. Tampoco es una ruleta, porque de pronto sale el 41 y la cosa se pone rusa. El cable, de eso se trata, es cosa seria. No vaya a ser que uno se aburra mirando el 31 mientras en el 30 dan un programón. Primer paso para saber de qué se trata, buscarle la vuelta a la revista mensual: hay que escarbar, sí, pero las cosas suelen aparecer. Otra opción es recortar y guardar celosamente las recomendaciones de La Guía (páginas 22 a 25 y 30-31) de hoy, además de seguir la programación diaria. Y también se pueden cursar las materias que aquí se proponen, a modo de introducción a los géneros del cable. ¿Por qué hay tantos canales de cine? ¿En qué se diferencian? ¿Dónde encontrar los estrenos de acción y dónde los clásicos de los grandes directores? ¿Y las series? Van las nuevas por acá, las de los ochenta por allá y las más viejas van más arriba; todo está en perfecto orden en esos estantes del cable. El deporte en vivo llega desde el exterior por un canal y desde distintos sitios de la Argentina por otros, ¿sabían? Hay un canal que pasa los mejores dibujos, clásicos y tremendamente modernos, pero la animación japonesa vive en otra señal. Y lo mismo pasa con las noticias, los documentales, los canales musicales y los dedicados a la mujer. Porque para ir de una punta del cable a la otra hace falta un mapa. Y si bien de tanto en tanto vale la pena perderse, no es lo más aconsejable.

Noticias

La CNN abrió el camino y demostró la viabilidad (y el éxito) de una señal de 24 horas de noticias. Fenómeno, pues, relativamente reciente, ha dado a luz un puñado de señales de iguales características aunque de menores presupuestos. TN (Todo Noticias), Crónica TV, Red de Noticias, CVN (Cablevisión Noticias) y el Canal 26 son las caras locales del boom informativo. El objetivo de máxima de todos ellos es salir en vivo y directo desde el lugar donde se esté produciendo la noticia. En el caso de TN (el canal de más audiencia por detrás de los de aire) y CVN suman además la producción de programas periodísticos políticos, económicos y de actualidad. Crónica TV ha trasladado eficazmente a la pantalla el estilo que históricamente ha hecho del diario homónimo una marca registrada: crudeza y sensacionalismo, además de llegar a tiempo al lugar de la noticia, son las bases de su éxito. El panorama se internacionaliza con el buen CNN en español, CBS Telenoticias y los envíos de los canales de diversos países, encabezados por el rendidor Telediario español.

CONCLUSION: un minuto después de que se produjo la noticia, todos tienen para ofrecer más o menos lo mismo. La cuestión es la primicia, y ahí gana el que llega primero. La producción de programas propios es a gusto del consumidor.

Chicos

La líder indiscutida del mercado norteamericano aquí apenas empieza a tener algo de presencia: Nickelodeon se apoya en material original -Rugrats es su serie más popular- con programas que evitan los clásicos del género. Magic Kids apuesta algo más fuerte a las series de animación de acción (la Japanimation está presente en los excelentes Sailor Moon y Dragon Ball), llegando así a espectadores casi preadolescentes. Cablín -de programación nacional combinada con enlatados- intenta recurrir a un tono entre irónico y canchero para crear una suerte de club infantil. Aunque las series no se diferencian mucho. Es Cartoon Network la que arma un inspirado paquete de dibujos nuevos y clásicos de siempre como Bugs Bunny y Tom y Jerry, que permite a algunos adultos compartir la tele con sus hijos. Allí hay lugar para series nuevas y algo experimentales, como Johnny Bravo, Las chicas coquetas, Dos perros tontos o La vaca y el pollito. El Warner Channel recurre al vasto archivo de grandes clásicos de la compañía (Bugs y Lucas a la cabeza), pero tiene a los increíbles Pinky y Cerebro entre sus nuevos astros. Los Animaniacs y Tiny Toons son otros modernos aportes de la emisora que captan al público de todas las edades.

CONCLUSION: las mejores mamaderas electrónicas son Magic y el Cartoon.

Música

La Argentina es uno de los pocos países que no ha caído por completo bajo el embrujo totalizador de la cadena de videos musicales MTV. Si bien la filial latina del canal estadounidense pesa fuerte en el mercado local transmitiendo desde Miami un mezcladito de artistas locales con las diversas tendencias musicales, encuentra una fuerte competencia en canales basados en la Argentina -MuchMusic, una filial de la cadena canadiense con una fuerte color local- que han captado mejor la esencia del consumidor musical nacional. Además de los enlatados, MuchMusic se arma con conductores de piso locales, lo que le permite tener mayor actualidad y presencia en el día a día de los acontecimientos musicales. Casi como una radio, MuchMusic apuesta sin pudor por todos los estilos que considera potables para el público: tiene segmentos pop, de música latina y de rock duro. Una ventaja de MTV: es en stereo, a diferencia de MuchMusic y la tercera en discordia, M21. Menor repercusión tiene aquí que en Estados Unidos, The Box, la cadena que permite que la audiencia programe sus videos. Saliendo del rock, las alternativas se reparten entre Solo Tango y el latino Telemúsica.

CONCLUSION: el rock domina el cable y ha forzado la creación de canales/refugio como MuchMusic.

Cine

Lugar común total: acá hay para todos los gustos. Los que no son socios de ningún videoclub, a dos añitos del estreno de los grandes éxitos de Hollywood se podrán contentar sintonizando HBO-Olé y Cinecanal. Entre ambos se reparten los estrenos de los grandes estudios, mientras que el primero completa su programación apostando a la producción propia, muy buenas series (allí se vio la excepcional The Kids in the Hall) y películas de esas que no se estrenan en los cines de por acá. Cinecanal, más allá de los estrenos, rescata clásicos modernos en excelentes copias (Tiburón, Aeropuerto, La pantera rosa). Para los que no les molesta esperar más y ver copias en su mayoría dobladas al español, I-SAT y Space ofrecen un programa más ecléctico, con un criterio de programación no tan orientado a la novedad (aunque las tienen y Contra viento y marea fue un buen ejemplo). Para el cinéfilo existen canales especializados en cada sistema: Film & Arts combina clásicos con joyas y rarezas; Bravo va a los clásicos indiscutidos y al cine de autor; y Cine 5, de Cablevisión, apuesta a grandes directores. Cinemax, finalmente, sorprende con maravillas como Cracker, la cuidada serie policial inglesa, y algo de cine bizarro.

CONCLUSION: una de artes marciales por Space, la última de Harrison Ford por HBO y una de Kurosawa por Film & Arts.

Series

Derecho al canal Sony, amantes de las series. Es así de sencillo. La mejor comedia de la TV estadounidense (Seinfeld), su drama hospitalario número uno (ER), la serie cómica más exitosa del aire nacional pero en capítulos nuevos y subtítulos (La niñera) y la tira adolescente que le pasa el trapo a Verano del 98 (Dawsons Creek) están allí. No es poco, pero la competencia tampoco es leve. Fox apuesta a varias series de una hora, combinando dramas (Chicago Hope) con aventuras (The X Files, Millennium, Buffy), sin dejar de lado las comedias (Los Simpson, El rey de la colina, Ally McBeal). En lucha por el primer lugar, Fox presentará sus series subtituladas. Warner Channel también se juega por algunas novedades como El show de Drew Carey y Suddenly Susan. Para los que prefieren series clásicas, los referentes obligados son Uniseries y TeleUno, mientras que USA mezcla nuevas (Frasier, La ley y el orden) con veteranas (Viaje a las estrellas, División Miami). Los que son más nostálgicos deben hurgar en la programación de Uniseries, que aglutina imperdibles como Bonanza, Petrolcelli, Misión imposible, Mannix y Kojak. TeleUno se nutre de Combate, El fugitivo y Las calles de San Francisco.

CONCLUSION: ver el final de Seinfeld en directo fue un lujo, pero no está mal toparse con un buen capítulo de Combate.

Deportes

Partido más, carrera menos, acá hablamos de seis canales divisibles por dos. El resultado: un picado tres contra tres de esos en los que uno de los equipos gana por robo. Tenemos a los extranjeros con inclinaciones nacionales, ESPN y Fox, y a la nativa TyC Sports. Son diferentes pero coinciden en la obvia oferta del fútbol. Las tres señales que forman el equipo B, con menos de transmisiones en vivo -el corazón de un canal de este perfil-, son América Sports, Cablesport y Multideporte 16. ESPN llega a todo el mundo: haciendo pie en el espectro de deportes con típico gusto estadounidense (béisbol, básquet de la NBA, fútbol americano), ha ido diversificando y ampliando su oferta y dotándola de contenido local. Ahora se puede ver rugby nacional y fútbol europeo en cantidad. TyC Sports es fútbol, fútbol, fútbol. Con más, sí (básquet y vóley, automovilismo, atletismo), pero con el ruido de pelota en primer plano: campeonatos europeos, fútbol uruguayo, los campeonatos locales y hasta un envío semanal (El aguante) centrado en las hinchadas. Fox procura competir con ESPN (en lo internacional) y con TyC (en el fútbol), sin lograr redondear una oferta fuerte.

CONCLUSION: fácil, los grandes eventos seguirán en los canales de aire. En cable: fútbol por TyC, tenis y NBA por

ESPN, y los demás canales, para adictos extremos.

Documentales

Aquí hay un género prestigioso (quizá por ser aburrido, por no ser rentable o por combinar ambas cuestiones en la falta de rating) que tiene cada vez menos lugar en la televisión abierta. Todo lo contrario a lo que ocurre en el cable, donde se encuentran excelentes documentales y disparates, en medio de un verdadero uso y abuso. Si se buscan los primeros, habrá que ir derecho al Discovery Channel, donde el género se hace fuerte a través de algunos de sus mejores ciclos: Civilizaciones perdidas, Mas allá del 2000 (va también por Infinito) o Las grandes aventuras del siglo 20. Con propuestas de similar calidad aunque con un perfil menos antropológico y algo más ecléctico en su contenido, Infinito aporta una buena cuota de interés a los amantes del género. Guía para viajeros independientes, Maestros de la acrobacia o Misterios, magia y milagros son algunas de sus buenas opciones. TV Quality, el emprendimiento local en la materia, encuentra en los especiales de la National Geographic uno de sus puntos más altos. El nuevo Travel Channel, People & Arts, se escapa del formato de los viajes y ofrece, por ejemplo, la sorprendente historia de la pintura conducida por una monja, la hermana Wendy Beckett.

CONCLUSION: cansa ver a la gacela acosada por el malvado felino, pero hay novedades por fuera de las fórmulas clásicas.

[Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/1998/06/12/c-00401g.htm>]

Vía Libre/Cine

Del cómic nipón

Un éxito de TV, ahora en largo

"Dragon ball Z, la película" (The Super Battle in the World), producción japonesa de dibujos animados presentada por Distribution Company. Hablada en español. Guión: Akira Toriyama. Música: Shunsuke Kikuchi. Dirección: Daisuke Nishio. Duración: 61 minutos. Calificación: apta para todo público.

Nuestra opinión: *buena*

Por Adolfo C. Martínez

A fuerza de historias originales y personajes de rasgos muy definidos, los films japoneses de animación, muchas veces adaptados de historietas, lograron un notable éxito de público a nivel internacional.

Dragon Ball es hoy el símbolo del anime nipón y superó con creces la repercusión obtenida en su momento por Los caballeros del zodiaco, lo que habla bien a las claras del entusiasmo de los pequeños espectadores por vivir las más estrambóticas aventuras basadas en el triunfo del bien sobre el mal.

Creado por Akira Toriyama, el relato original de Dragon Ball está inspirado en la tradicional leyenda china del Rey Momo. Sus protagonistas, durante el desarrollo de la serie, buscan afanosamente reunir a las siete esferas mágicas que están diseminadas alrededor del mundo, ya que quien logre juntarlas podrá pedirle al poderoso dragón mágico Shenron que le conceda por única vez cualquier deseo.

El gran protagonista de la aventura es el simpático Son Goku, originario del planeta Vegeta, lugar habitado por los saiyanes, una raza de luchadores fuertes que tienen la manía de destruir todo lo que se les cruce en su camino. Apenas nace, Son Goku es enviado a la Tierra con la misión de destruirla, pero apenas llega recibe un golpe en la cabeza que le hace olvidar el sentido de su dantesca misión. Luego, tras ser adoptado por un anciano que le enseña todos los secretos de las artes marciales, el muchacho comienza a vivir fascinantes aventuras en las que deberá enfrentar a siniestros personajes.

La excelente técnica de animación, los dibujos de dinámicos perfiles y una música de gran explosión remarcan las idas y venidas de este catálogo de seres poderosos que se enfrentan en singulares duelos que, sin duda, serán seguidos con enorme entusiasmo por la platea de niños que conocen sobradamente a los invencibles héroes que tienen en sus manos el futuro de nuestro planeta.

Las vacaciones de invierno, gentil invitación para que los pequeños y los adolescentes se envuelvan en aventuras cinematográficas, tienen en Dragon Ball Z una divertida muestra que conjuga el entretenimiento, la magia de vivir una fantasía muy colorida y una moraleja que antepone la venganza de los malos contra la necesidad de justicia de los buenos. El resultado final de esta historieta trasladada a la pantalla grande, pues, habla con simple lenguaje de todas esas emociones que siempre conmueven a tan especiales espectadores deseosos de incentivar su imaginación.

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/103622-del-comic-nipon>]

MALDITOS DIBUJITOS

El reino del revés

Los dibujos animados más exitosos de hoy poco tienen que ver con las fórmulas clásicas. Así lo demuestran el humor retorcido de South Park, suceso en los Estados Unidos, y las constantes y violentas luchas de Dragon Ball, serie amada por los chicos argentinos.

MARCELO PANOZZO

South Park es peligroso para la democracia de los Estados Unidos. Epa. ¿No será mucho? Parece que no, al menos, para la señora Peggy Charren, quien desde su lugar de fundadora de la agrupación conservadora Acción para la TV de los Niños disparó con munición gruesa desde el primer día en que el dibujo animado creado por la dupla Trey Parler-Matt Stone pisó el aire del canal de cable estadounidense Comedy Central.

Por otra parte, no es difícil imaginar a padres argentinos alarmados ante la adicción que sus hijos tienen a un dibujo animado japonés llamado Dragon Ball, en el que cuando no se están pegando o atacando con rayos están diciendo unas cosas incomprensibles sobre ciertas esferas del dragón. Y eso que todavía no están enterados del enamoramiento post Simpson que los unirá con South Park.

¿La situación es grave? No. Sin dudas. Hay gente que se queja por cualquier cosa, y cuando menos fundamentos tienen más aparatosas son sus amenazas (un dibujito pone en peligro la democracia, ¡ja!). Y la preocupación por la cantidad de horas que los chicos pasan frente a la tele es una cuestión básicamente cuantitativa, más allá de las difundidas sentencias de la señora ministra Susana Decibe. La situación es, para decirlo más claramente, deliciosa. Los dibujos animados de éste lado del planeta sorprenden cada vez más seguido, mientras que (aún con cierto retraso) desde el Oriente llegan cada vez más tesoros que encandilan. Aquí están los dibujos, hermosos y malditos, que ya son nuevas marcas registradas del humor y la acción: South Park y la serie Dragon Ball. Veamos un rato de cada uno...

LA PELEA DE NUNCA ACABAR

No hay mucho que se pueda explicar sobre el contenido de la serie. Hay un personaje central llamado Goku. Tiene amigos y enemigos. Pelean constantemente entre ellos y buscan las bolas del dragón que le dan título a la serie. Punto. El tema es seguir los cambios que tuvo la serie durante sus 500 capítulos, en los que se puede ver a Goku desde los 10 añitos hasta que es cincuentón largo (y abuelo), divididos en las series Dragon Ball (153 entregas), Dragon Ball Z (291) y Dragon Ball GT (64).

El eje central son las artes marciales y el tema de fondo es la amistad y la lealtad, y todo está rodeado de un universo mítico y otro real sorprendentes. Tras los pasos de comedia (equívocos sexuales incluidos) que daba el niño Goku en el comienzo, la serie terminó derivada a la acción más desatada, arañando límites de una violencia lírica, coreografiada y brillante que terminó por convertirla en la saga de combates más popular de los últimos 15 años. Es que los capítulos que ahora se ven aquí son los que van del 30 al 60 de la segunda serie, los mismos que en Japón se vieron ¡en 1989! Lo que significa buenas y malas noticias. Malas: ¡qué atrasados que vamos! Buenas: todavía quedan unos 300 capítulos inéditos. El canal Magic Kids está a punto de iniciar la emisión de los capítulos 61 a 90 de Dragon Ball Z (tiene comprada toda la serie) y espera poner en pantalla también Dragon Ball GT.

ALGUN PUEBLO, EE.UU.

Sinopsis de un capítulo de la serie animada South Park tomado al azar: Jimbo, tío de uno de los cuatro chicos protagonistas, y su compañero el veterano de Vietnam Ned, llevan a los nenitos a cazar osos y venados a un volcán que, casualmente, entra en erupción. Uno de los chicos, Kenny, muere aplastado por una bola de lava, pero no hay problema: Kenny muere en todos los capítulos. South Park, se supone, no es para niños. La serie que América planea estrenar antes de fin de año va a las diez de la noche en los Estados Unidos por el canal de cable Comedy Central y con un explícito aviso a los padres acerca de su contenido. Pero South Park no sólo consiguió marcas de rating record para el cable (5

millones de espectadores), sino que le debe el 25% de esa audiencia a menores de 18 años. La revista Newsweek lo definió así: Tiene un niño appeal irresistible. La semana pasada, sin ir más lejos, el New York Times explicaba que Comedy Central renació gracias a South Park, y titulaba así el artículo: Convirtiendo los malos modales en buen negocio. Pero mientras la derecha norteamericana ataca a la serie por sus contenidos (groseros, sarcásticos, rudos), un chico de 17 años entrevistado por la misma Newsweek ofrecía una clave: La noche del miércoles se volvió familiar. Estamos todos juntos sólo cuando dan South Park.

[Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/1998/09/11/c-00501g.htm>]

HOY TERMINA LA TERCERA EDICION DE FANTABAIRES

Ya pasaron 30 mil fanáticos por la convención de historieta

Reúne a los fanáticos del cómic, la ciencia ficción y el terror

2. Y también a los artistas, personajes y merchandising

- Como invitado especial llegó el actor William Shatner, de la serie Viaje a las estrellas

GABRIEL RECHES. MARIANA IGLESIA

Un Superman bajito y una versión local de la Mujer Maravilla posan junto a dos fanáticos para la foto. Cuidadosamente, dos personas con chaquetas del FBI pasan por detrás de la cámara para no perturbar la escena y gritan Dont move. Afuera es pleno día y miles de jóvenes hacen dos horas de cola para entrar en contacto con ese otro mundo. Se trata de la tercera edición de Fantabaires, una convención que reúne durante cuatro días en un mismo espacio -el predio ferial de Palermo- a los fanáticos del cómic, la ciencia ficción y el terror, junto a los artistas, los personajes y todo el merchandising disponible en el mercado.

La exposición termina hoy. Comenzó el jueves y hasta anoche ya se habían acercado 30 mil personas. Así como el año pasado la estrella excluyente fue Adam West, el protagonista de la serie Batman, esta vez bajó de su nave el capitán Kirk, de la serie Viaje a las estrellas. Sus fans, montaron tres stands en los que muestran su devoción. El clima es silencioso. Una multitud de adolescentes recorren el lugar en busca de la última novedad de los cómics japoneses, como Dragon Ball o Sailor Moon, mientras algunos melancólicos, que suelen superar la barrera de los 30, recuperan números perdidos de la revista El Péndulo, o los ejemplares de un devaluado Superman, a cambio de \$ 1,20.

En su búsqueda se toparán con todo: libros, muñecos, juegos, CD-ROM, afiches y remeras que reúnen a todos los personajes del enorme mundo de la ficción, desde los superhéroes made in América hasta los creados por dibujantes argentinos independientes. No me gustan mucho las historietas clásicas. Son puro dibujo, prefiero las japonesas como Los caballeros del zodiaco o Dragon Ball, dice un informado chico de 17 años. Se llama Alejandro y, como sus amigos y la mayoría de los más jóvenes, cree que los dibujos japoneses de ahora -los conoció a través de los canales de cable- tienen guiones más profundos, son reales. A mí me gustan porque los buenos también pierden. Falla el concepto literario, hoy sólo se busca la violencia, y así el cómic termina anulando a la cultura, se lamenta desde la vereda de enfrente Santiago Scalabroni, que pasó 24 de sus 49 años viviendo en Europa y dibujando para Disney.

Mientras, tirado en el piso, sin zapatos, Sebastián Murko, de 14 años, desparramaba sus colecciones de Dragon Ball y Batman. Es el primero de la clase. También fue el primero en llegar a la muestra. Ayer volvió a su casa con 20 revistas nuevas, dispuesto a leerlas hasta las tres de la mañana, como todas las noches. A unos metros, un grupo de personas están concentradas en otra cosa. Incluso podría decirse que hablan otro idioma, mientras reparten los planos de una nave.

Se dictan clases de klingon, dice el cartel que, para los desprevenidos necesita una explicación adicional. En la tercera película de Viaje a las Estrellas había un grupo de guerreros que hablaba un idioma, el klingon, explica a Clarín Irene Kiss, una chica de 24 años que además de dibujar cómics integra la asociación Star Base Tango, uno de los tres grupos de fans de Viaje a las Estrellas que hay en la Argentina. El idioma fue creado en 1984, a pedido, por un lingüista. Nuestro club tiene especialistas que dan clases de gramática, dice Irene. Nuqneh, saluda un amigo como para demostrar sus conocimientos. Ellos visten un atuendo intergaláctico. Pero en Fantabaires no llaman la atención.

[Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/1998/11/08/e-04601d.htm>]

AÑO NUEVO: EN MINUTOS ARDIERON MAS DE 100 MUÑECOS DE MADERA Y CARTON

En La Plata los chicos quemaron muñecos para despedir el año

Con ayuda de los vecinos, los chicos los armaron en todos los barrios de la ciudad

- Trabajaron todo diciembre
- 2. Hubo figuras de Palermo, Griguol, varios Titanic, dos gatos Silvestre y un dinosaurio

SILVINA CLIMI

Andrés no es carpintero pero tiene tres astillas clavadas en los dedos de las manos. Federico pasó varias noches durmiendo en la calle, a pesar de que en su casa dispone de una cómoda cama con sábanas de El Rey León. Y aunque no pasan necesidades, Agustina y Lautaro se hicieron expertos en pedirles monedas a los vecinos. Durante diciembre, las vidas de los chicos de La Plata no fueron las de siempre: se dedicaron a construir más de 100 muñecos de madera y cartón, que quemaron poco después de las 12 de la noche del último día de 1998. Ayer el cielo de la ciudad se iluminó con las llamas que destruyeron, por ejemplo, un dinosaurio, varios Titanic, dos gatos Silvestre, un Carlos Timoteo Griguol, una esfinge, dos Colú (dibujitos animados) y un pequeño Martín Palermo. Algunos de los muñecos demandaron más de un mes de trabajo, pero el fuego los devoró a todos por igual: en minutos. La costumbre (como jugar a la bolita o tomar la leche con vainillas) parece más propia de otras generaciones. Sin embargo, lejos de perderse, va ganando fuerza con el paso del tiempo. En cada barrio -ese territorio limitado y familiar donde se vive la infancia- los muñecos demostraron que tienen, a pesar de su breve duración, largo aliento.

En Tolosa fue común ver a algunos chicos parados bajo el sol, en los cordones de las veredas, con una soga cruzando la calle. Parecían estar al acecho de una presa valiosa. Cuando pasa un auto levantamos la soga y lo obligamos a parar -explicaron Agustina y Lautaro, de 11 y 10 años-. Y entonces le manguemos un peso para el muñeco. Gracias a ese método, en 9 y 522 recaudaron más de 50 pesos y construyeron un modesto cohete blanco. A unas cuadras de ahí, el jueves al atardecer La Dorys ya estaba terminada. Levantada sobre un terreno baldío, tenía en su interior decenas de bombas de estruendo y de dalelobos, unos petardos que sólo se consiguen en La Plata. Es la almacenera del barrio -contaron los chicos de la esquina, de entre 10 y 19 años-. Una vez se enojó con nosotros y llamó a la Policía. Por eso la elegimos como personaje. Cuando se enteró, se emocionó y se puso a llorar. En 19 y 40, sobre una rambla, había un grupo sentado en banquitos, con bicicletas y perros alrededor: brindaban y tocaban un redoblante para festejar que habían terminado un diablo con tridente y ojos de luces rojas.

Pero no todos completaron sus muñecos con tanta anticipación. Ya eran las nueve de la noche del 31 y muchos chicos todavía estaban subidos a una escalera con una brocha o tensando los alambres que amenazaban con soltarse. En diagonal 79 y 64, del barrio El Mondongo, un barco construido con cajones de verduras fue bautizado cerca de las diez con el nombre de Mondongo I. Federico (8) consiguió permiso para pasar las noches previas al 31 en su interior, junto con los chicos más grandes. Nos quedamos por las dudas, a ver si vienen de otro barrio y lo rompen, explicó. Dormir en viejos colchones junto a los tarros de engrudo y a las pilas de diarios fue la mayor aventura que recuerda. Nos comieron los mosquitos pero a la mañana el panadero nos traía medialunas, contó entusiasmado.

La quema del muñeco de 62 y 126, en Villa Argüello, tuvo la producción de una fiesta inolvidable. El avión de la Primera Guerra Mundial, de 15 metros de largo y 6 de alto, se levantó en el medio de una cancha de fútbol. Es un D-10 porque está de diez, explicaron los constructores. El muñeco consumió 15 kilos de clavos, una cantidad incierta pero exorbitante de madera de entretecho y 500 bombas de luces. Rifamos productos que nos dieron los comerciantes de la zona y recibimos donaciones del Centro de Abuelos -contó Andrés (18)-. Juntamos más de mil pesos. Desde el 20 de noviembre, los chicos del barrio serrucharon y martillaron sin descanso. Los más grandes fueron autorizados a prender el muñeco y lanzar los fuegos artificiales; los espectadores quedaron fuera de la cancha, detrás del alambrado.

Se quema a la 1.30, decía un cartel plantado frente al muñeco. A esa hora, Andrés y sus amigos encendieron el avión con antorchas y se alejaron corriendo. El calor les enrojeció las caras. Los cohetes empezaron a estallar mientras unos 500 vecinos aplaudían impresionados. Villa Argüé, Villa Argüé, dale Villa Argüé, cantaban los chicos. Ayer a la mañana, el aire de La Plata todavía olía a quemado.

[Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/1999/01/02/e-03801d.htm>]

CINE: CRITICA

Superhéroes a la japonesa

Más allá del interesante entramado argumental que le da marco, esta secuela de Dragon Ball Z acaba siendo una monótona e interminable serie de violentos combates. La animación es muy pobre.

DIEGO LERER

Si algún distribuidor japonés asomara su cabeza por la Argentina se sorprendería por la cantidad de gente que va a ver aquí cine de su país. El año pasado, más de 400 mil personas lo hicieron. No, no se trata de un furor porteño por la obra de Shohei Imamura o Takeshi Kitano. La respuesta del fenómeno es otra: Dragon Ball Z, la más taquillera de las sagas del manga (cómic y animación) japonés.

Este universo mitológico de superhéroes, superpoderes y superacción es el escenario para que una serie de personajes (los sayiaínes, o algo así, comandados por el heroico y simpático Goku) pongan en escena nuevamente el eterno combate entre el Bien y el Mal. Lo que arranca con un interesante y complejo entramado argumental -plagado de ancestrales dinastías, rivalidades milenarias y príncipes de planetas lejanos- se ve pronto echado a perder por una animación bastante pobre y un guión que resuelve todos los conflictos a través de interminables batallas entre héroes y villanos.

No deja de haber algún lirismo en la tensión permanente de gritos, golpes y desafíos entre el bueno de Goku, con sus amigos, y el malvado Broly, el poderosísimo Súper Sayiaín Legendario, cuya fuerza parece capaz de destruirlo. Pero lo cierto es que ese concierto muscular pronto deriva en el aburrimiento, especialmente a causa de los limitados recursos visuales de los animadores y la monotonía del combate, que ocupa casi por completo la segunda mitad del relato. George Lucas decía haberse inspirado en Akira Kurosawa (La fortaleza oculta) y en sagas de samurais para crear La guerra de las galaxias (observar la caracterización kabuki de la Reina en la nueva parte). Y es cierto también que en Dragon Ball Z muchos de esos elementos míticos y tan caros a la cultura japonesa están presentes. Pero reclamar una herencia maravillosa no es lo mismo que saber representarla cabalmente. El inmenso universo del manga japonés es mucho más amplio que Dragon Ball Z. Y el espectador curioso debería adentrarse allí, en la obra de Hayao Miyasaki y sus encantadoras Kikis Delivery Service y La princesa Mononoke. O en representaciones como Akira y Ghost in the Shell que, si bien violentísimas y no aptas para los más chiquitos, están a la altura de la herencia que reclaman.

DRAGON BALL Z II: EL PODER INVENCIBLE

Título original: Dragon Ball Z II: The Burning Battles (Japón, 1990, 75. Para todo público)

Género: Animación

Director: Daisuke Nishio

Salas: Ocean, Gaumont

Regular

[Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/1999/01/07/c-00401d.htm>]

JAPON

El imperio contraataca

Una película japonesa se llevó el Festival de Buenos Aires. Otro filme, elevado a la categoría de obra maestra, espera fecha de estreno. Y la música pop nipona está creando un nuevo molde. Aquí, un diccionario Japón-Argentina para repasar la tradición e incorporar los nuevos nombres.

DIEGO LERER Y MARCELO PANOZZO

La vida después de la muerte/After Life, película japonesa de última generación, triunfó en el Festival de Buenos Aires. En pocos días llega Hana Bi, gran filme dirigido y protagonizado por Takeshi Kitano, al mismo tiempo que el pop nipón exporta al mundo su cóctel de sofisticado exotismo. Quien sea capaz de sumar 1 + 1 puede notar que no hace falta esperar hasta el Mundial del 2002 para repasar (breve, aleatoriamente) los tesoros escondidos del otro lado del mundo.

A

Animé: Término utilizado para nombrar filmes o series de dibujos animados.

Akira: Dos horas de violencia mística post nuclear que configuran el primer gran hito cinematográfico del animé. Dirigido por Katsuhiro Otomoto (creador del manga original), el filme está ambientado en la brutal Neo Tokio del año 2019.

Artes marciales: Métodos de lucha y defensa personal que le han hecho ganar mucho dinero a la industria del cine y la televisión. De Japón salieron, entre otras, el judo, el karate y el aikido.

Astroboy: Se trata de la serie decana del animé. Llegó a la TV en 1963 y es la historia de un niño robot todo bondad y poder, creado por un científico que perdió a su hijo. Tiene un perfil inconfundible debido a su exótico peinado de tres conos.

B

Bonsai: Originada en el siglo XV, es una técnica de miniaturización de árboles.

Buffalo Daughter: Conjunto pop femenino que viene realizando pastiches sonoros desde 1993. Saltan al planeta en 1998: se edita en Estados Unidos (vía el sello de los Beastie Boys) su disco New Rock.

Boredoms: Líderes del movimiento de noise rock, por momentos son una banda hipnótica y en otros son prácticamente inescuchables de tanto ruido y distorsión. Obras fundamentales: Super Roots, Super Roots 6 y Pop Tatari.

Big in Japan: Todo es grande en Japón: artistas de toda laya, de Ricky Martin a Blur, producen ediciones especiales de sus discos para el ávido mercado nipón. Artistas de todo el planeta tienen allí en Japón sus más generosos clubes de fans.

C

Comida: Menú básico: sushi/sashimi (pescados crudos, presentados en bocaditos de diversas formas), tempura (pescados y vegetales pasados por huevo y fritos) y sake (bebida alcohólica obtenida de la fermentación del arroz).

Chiba, Sonny: Nacido en 1939, es la mayor estrella del cine de acción. Sus películas más conocidas en Occidente son las de la serie Streetfighter. Ultraviolento.

Cibo Matto: Dos chicas japonesas radicadas en Nueva York, Yuka Honda y Miho Hatori, son las responsables del electro pop más ecléctico y delicado de la década.

D

Dragon Ball: Es el animé más popular entre la juventud nacional. En el centro de la historia está la vida de Goku, con sus amigos, sus enemigos y, sobre todo, sus peleas. Hay 500 capítulos de tres series: Dragon Ball, Dragon Ball Z y Dragon Ball GT.

Djs: En la prehistoria del género pop multiétnico llamado Esperanto a Go Go había un nipón: Towa Tei, de Deee-Lite. Hoy merece atención el abstracto dj Krush.

E

Electrónica: Es obvio: casi todas las marcas importantes son japonesas. Sony, Pioneer, Panasonic, JVC, Nintendo, Atari... El Walkman, el VHS, el DVD y la TV de alta definición se originaron también en Japón.

F

Fantastic Plastic Machine: Nombre tras el que se esconde un tal Tomoyuki Tanaka, muchacho entrado en kilos y con pinta de mafioso que en discos como Luxury envasa su agradable pop retro futurista adornado con bijou sonora de todo el mundo.

Fútbol: Tras aquellos míticos fichajes del Yokohama Marinos (club en el que militaron Ramón Díaz, el Mencho Medina Bello y el Beto Acosta), los japoneses despegan: llegaron a la final del Sub 20 y serán sede del Mundial 2002 junto a Corea del Sur.

G

Godzilla: Gojira en Japón, el famoso reptil gigante lleva incontables adaptaciones desde que fue creado, en 1954, por los estudios Toho. En 1998, una versión norteamericana reavivó el furor.

Gamera: Creada por los estudios Daiei para combatir con Godzilla, Gamera era una tortuga gigantesca y radiactiva. En 1995 volvió con una mejor producción y varias secuelas, la última titulada Gamera 2000.

Geisha Glam: Cuando Madonna se presentó como una geisha en los Grammy, terminó de consolidar un estilo. Los diseñadores de moda no disimulan las influencias orientales y las miradas rasgadas se multiplican entre las modelos top.

Ghost: Rock psicodélico japonés de alto vuelo (en más de un sentido). Allí se licuan la tradición con el primer Pink Floyd y el rock alemán de los 70.

H

Hogar: Si se tiene poco espacio, qué mejor que aprovechar ideas japonesas: han vivido con poco espacio a lo largo de siglos. El futon, una suerte de cama-colchón enrollable, es una buena alternativa. Lo mismo que las pantallas shoji, paneles de papel y madera corredizos o las alfombras tatami.

I

Ishuoka, Eiko: Diseñadora gráfica, escenógrafa y vestuarista, ganó el Oscar por el vestuario del Drácula de Coppola.

Imamura, Shohei: Maestro contemporáneo del cine japonés, en cuarenta años como cineasta retrató los costados más oscuros de su sociedad, siempre mezclando picardía, perversión, buen y mal humor. Ganó en el Festival de Cannes con La anguila y La balada de Narayama.

J

Japanoise: Música de avant garde en extremo ruidosa, cuyo exponente más interesante es Masami Akita (toca y edita como Merzbow), músico altamente influenciado por el dadaísmo que lleva grabados más de 50 discos.

K

Kurosawa, Akira: Admirado en Occidente y muy discutido en su país, la obra de Kurosawa se destaca entre las más importantes de la historia del cine con filmes como Rashomon (por la que ganó el primer Oscar del cine japonés), Los siete samurais, Vivir, Trono de sangre, Dersu Uzala, Kagemusha o Ran. Murió en 1998.

Kore-Eda, Hirokazu: El cineasta más importante de la nueva generación proviene de los documentales y se destacó en los festivales internacionales con su debut, Maborosi. Con La vida después de la muerte intentó plasmar un fresco sobre el Japón de este siglo a partir de pequeñas historias.

Kitaro: Músico gurú de la New Age que visitará Buenos Aires el mes próximo.

Kabuki: Según la enciclopedia Eastern Standard Time: Forma teatral clásica que combina la actuación, la música y la danza. A diferencia del teatro Noh, el Kabuki es un espectáculo de color y sonido.

Karaoke: La palabra significa orquesta vacía: cantar sobre música grabada. En un sitio en el que todo el mundo quiere ser fenómeno pop es, claro, un exitazo.

M

Mifune, Toshiro: Icono del cine nipón, protagonista de 17 películas de Kurosawa y rostro casi excluyente, para el espectador occidental, del bravo samurai.

Mishima, Yukio: Novelista, autor de El sonido de las olas y Confesiones de una máscara. Se suicidó en 1970, a los 45 años, tras tomar un cuartel militar.

Mizoguchi, Kenji: Indiscutido maestro del cine, cultor de varios géneros y estilos pero recordado principalmente por sus personajes femeninos. Chequear Ugetsu o 47 Ronin. Murió de leucemia a los 58 años.

Manga: Historietas japonesas, la forma de lectura más popular en el país. Por año se venden 2.300 millones de libros y revistas.

Mazinger Z: Creado en 1972, el más importante del grupo grandes robots de la animación. Mitad samurai, mitad robot.

Miyazaki, Hayao: El Walt Disney japonés, padre de preciosos largometrajes animados como Mi vecino Totoro o Porco Rosso. En Estados Unidos lo edita... Disney.

O

Ono, Yoko: Conocida mundialmente como la mujer que separó a Los Beatles, la viuda de John Lennon tiene una obra discográfica extraordinaria, de gran influencia para el punk y después. Visitó Buenos Aires en 1998 con su obra plástica. Su hijo Sean está unido sentimentalmente a otra japonesa, Yuka Honda, de Cibo Matto.

Oé, Kenzaburo: El mayor escritor vivo de Japón, autor de Una cuestión personal y ganador del Premio Nobel en 1994. Ozu, Yasujiro: Agudo observador de los comportamientos sociales y la vida familiar, y artista singularmente trascendente a nivel estilístico, Ozu creó películas inolvidables como Historia de Tokyo, Flor de Equinoccio, Buenos días y La paz de un día de otoño.

P

Pizzicato Five: Son el grupo más antiguo de la escena pop-kitsch de Tokio bautizada Shibuya-kei. Desde 1979, Yasuharu Konishi es el hombre detrás del grupo, además de mentor del ultra chic sello discográfico de Tokio Records. Su último disco se llama Playboy & Playgirl.

Piedra, papel, tijera: El inocente juego de niños -y por qué no de adultos, a la hora de decidir cualquier cosa- nació en Japón con el nombre de Jan-Ken-Pon. El objetivo y la forma de jugarlo es igual.

R

Rodados: El auto japonés... el terror de la industria automotriz occidental. Marcas como Mitsubishi, Nissan, Suzuki, Toyota, Mazda y Subaru han hecho estragos en el mercado mundial. Las motos no le van en saga: Yamaha, Honda, Kawasaki... solo las Harley-Davidson les hacen competencia.

Ropa: El estilo nipón se ha incorporado fuertemente a la moda internacional de la mano de diseñadores tales como Kenzo, Matsuda e Issey Miyake, entre muchos otros. Un nuevo mundo de creaciones.

S

Sanrio Inc.: Compañía creadora de muñequitos clásicos como Hello Kitty, Winkipinki y Pippo. La más famosa, Kitty, es una gatita blanca y chiquitita que no tiene boca.

Shonen Knife: Reinas del punk rock veloz Made in Japan, son algo así como unas hijas de Los Ramones con Hello Kitty. Madres posibles de las chicas de Sailor Moon.

Sailor Moon: Glamorosas, bravías y románticas, las guerreras de la Luna son un caso único entre el animé: en mitología, violencia y coquetería le pasan el trapo a cualquier otro dibujito. Dignas herederas de los varones sensibles Astroboy y Meteoro.

Sakamoto, Ryuichi: Camaleónico y prolífico, Sakamoto fue del tecno pop setentista que cultivaba con su preciosa Yellow Magic Orchestra (cuyo legado resuena en buena parte de la electrónica actual) al trabajo en la música de películas de Almodóvar o el romance con la música brasileña (en los 90).

Sumo: Lucha ancestral (según las enciclopedias se remonta al año 23 antes de Cristo) entre personas de gran volumen, con reglas bastante simples: el primero que toca el piso o se sale del círculo de pelea, pierde.

Samurais (películas de): Hasta mediados de los 60 la mitad de las películas japonesas eran de samurais, guerreros medievales duchos en el uso de la espada. El género -llamado chambara- tuvo sus obras mayores en Los siete samurais y Yojimbo, de Kurosawa, y Las historias del clan Taira y 47 Ronin, de Mizoguchi.

T

Tezuka, Osamu: Creador de manga más famoso e influyente, llamado Dios del manga. Suyos son Astroboy y Kimba, el león blanco (obvia inspiración de El Rey León).

Tango: Enamorados en la década del 20 de la dicción reá de Rosita Quiroga, los nipones abrazaron con fervor el 2x4. Aprendieron a bailar con las clases del mítico Barón Megata, y, más tarde, coparon las pistas al compás de la Orquesta Típica Tokio. Asimismo, Tokio es parada obligada, desde entonces hasta hoy, para todo elenco nacional que gire por el mundo, llámese Tango Argentino u Orquesta de Leopoldo Federico (en cuya fila de fueyes milita el japonés Yosinori Yoneyama).

Tamagotchi: Mascota virtual del tamaño de un llavero y la tecnología de un videojuego barato que, temporadas atrás, creó pánico entre padres de todo el mundo: según se decía, enfrentaba a los niños de edad temprana a la noción de la vida y la muerte.

Teatro Noh: Según el Diccionario del Teatro, drama lírico japonés que procede de las danzas rituales de los templos, de los escritos budistas, la poesía y la mitología japonesa. Es un arte aristocrático que sigue teniendo público actualmente.

U

Ultraman: El sucesor de Godzilla y Gamera, nacido en plena decadencia de los monstruos (1965), tenía forma humana, un cuerpo gigante, ojos de insecto y un traje metalizado. Luchaba, como todos, contra los monstruos ancestralmente empeñados en pisotear los edificios de Japón.

W

Watanabe, Sadao: Saxofonista. Es el músico nipón de jazz más conocido, famoso por llevar la bossa nova a Japón. Hoy vale la pena atender, en jazz, al trío neoyorquino del pianista Yosuke Yamashita.

Y

Yakuza (películas de): Continuación urbana de las películas de samurais (la relación es similar al paso del western al policial en Occidente), los filmes sobre yakuza o gangsters japoneses cobraron gran peso en la década del 60 para hoy transformarse en uno de los géneros más exitosos en el país. Son películas especialmente violentas y sangrientas. Recientes y altamente recomendables: Violent Cop y Sonatine (ambas de Takeshi Kitano), Gonin, El ángel negro y Onibi.

Yoshimoto, Banana: Su novela Kitchen (Cocina) vendió 4 millones de ejemplares en 1993. Es el máximo representante de la Generación X de la literatura nipona. Su éxito generó la llamada: Bananamania. Otras novelas: N.P. y Lizard

[Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/1999/05/07/c-00301g.htm>].

Viernes 28 de mayo de 1999

CORDOBA

Denuncian a una revista infantil por pornografía

La Justicia cordobesa investiga si la revista infantil Dragon Ball contiene imágenes y textos con idoneidad corruptora y muestra como exitosa una especie de prostitución. El fiscal Marcelo Sanmartino aseguró además que podría ser una publicación obscena, con imágenes de pornografía infantil.

El caso está ahora en manos del juez federal Ricardo Bustos Fierro, porque Dragon Ball, una revista elaborada por el grupo Editorial Vid S.A., de México, en base a textos y dibujos del japonés Akira Toriyama, llega a todo el país.

La denuncia fue presentada por Ana Jerez, abogada y madre de un chico de 3 años. La mujer trabaja en los tribunales provinciales. La revista fue comprada el 12 de abril y fue un hermano que leía las historias al más pequeño quien se dio cuenta de las características de los episodios.

El producto se vende dentro de una cobertura de nylon, que impide revisarla antes de comprarla. Las dos secuencias cuestionadas están contenidas en el número 3, del 27 de noviembre de 1998:

Una adolescente, que es coprotagonista de la tira, para obtener un objeto mágico, accede a la petición de un anciano de mostrar su ropa interior levantándose la pollera, bajo la cual no lleva nada.

En otro cuadro, la joven exhibe sus atributos físicos, pero con la ropa puesta, para defender a otra nena de la lascivia de un personaje demoníaco.

Dragon Ball se emite también como serie de dibujos animados en el canal Magic tres veces por día. Para muchos, el programa tiene una alta dosis de agresividad.

Un grupo de psicopedagogos señaló en un informe que hizo a pedido del fiscal Sanmartino que la publicación propone la belleza física como medio para obtener beneficios (...) y puede ser susceptible de producir perturbaciones en el normal desarrollo mental y psíquico.

Los editores, en la primera hoja de la revista, indican a los lectores comenzar por la última página y de derecha a izquierda según el sistema de lectura japonés. Para los especialistas, este hecho puede generar en los niños confusión en la organización espacial. Para Sanmartino, Dragon Ball tiene contenidos delictivos o es, en sí misma, un delito

[Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/1999/05/28/e-04202d.htm>]

Domingo 30 de mayo de 1999

Los dibujitos japoneses en la Argentina

Dibujos de ojos grandes

¿Cuál es la fascinación por esos dibujos animados japoneses de ojos enormes que clavan a los chicos frente al televisor y que los hacen gastar fortunas en historietas? Muchos de los protagonistas son gays, hermafroditas o chicos que se convierten en chicas y, en Japón, son los sex symbols de las púberes niponas. Pero en la Argentina, donde las series se emiten censuradas por canales de cable para chicos, se ven sin desnudos ni escenas de sexo y con doblajes en los que confunden a los gays con mujeres. Es decir: no se entendería nada si no fuera por las revistas que venden miles de ejemplares explicando lo que no se ve en la televisión.

Por MARIANA ENRIQUE

Los dibujos animados y cómics japoneses ("anime" y "manga", respectivamente) son un fenómeno masivo desde hace años. En los 60, Kimba, el león blanco de Ozamu Tezuka se convirtió en un personaje tan popular como cualquiera de Disney, y Astroboy gozó de una popularidad similar a la de un Mickey japonés. Con los años, esos dibujos de ojos grandes, cargados de violencia y dramatismo, se convirtieron en uno de los productos de mayor consumo en Japón y un fenómeno de ventas en todo el mundo. En su país de origen, cada una de las miles de revistas manga vende aproximadamente seis millones de ejemplares, y se calcula que las lee el 40 por ciento de la población. Hay mangas y animes de todos los géneros posibles: eróticos, históricos, humorísticos, deportivos, de cocina, de acción, de básquet, de animales, de autos, de rock, etcétera. En Japón, donde es más común producir series animadas que con actores, los animes que se pasan por la TV japonesa, siempre en horario central, serían comparables a series como "Gasoleros". En la Argentina, de toda esa producción, los chicos están obsesionados particularmente con Dragon Ball, Sailor Moon y todo el merchandising. Pero lejos de la aceptación casi unánime de la que gozan en Japón, las principales críticas que se le hacen al género en Occidente son cierta tendencia a las repeticiones, la carga de violencia y, más recientemente, la sorprendente carga de sexualidad ambigua que los caracteriza. Y es en esta última crítica a los animes de Japón (un país ajeno a la tradición judeocristiana y su código moral) donde el choque cultural es tan fuerte como sorprendente.

LA CHICA PERFECTA ES UN CHICO

Después de una larga y desinteresada exposición a un cómic o dibujito japonés, el lector o espectador no iniciado puede caer en una comprensible confusión: es difícil distinguir a los personajes femeninos de los masculinos. En realidad, el problema no aparece con las chicas, que son escandalosamente femeninas y usan minúsculas minifaldas y cabelleras que arrastran por el piso. El problema es que el 80 por ciento de los varones de manga japonés son andróginos, y que una gran cantidad de personajes secundarios sólo parecen poder definirse como gays, asexuados o hermafroditas. Y esto puede verse en las series que emite el canal Magic Kids en la Argentina. Uno de los más recientes estrenos, Ranma 1/2, es a la vez el ejemplo más evidente de estos programas para adolescentes emitidos como si fueran para chicos y de las consecuencias de sus ambigüedades: confusiones en el doblaje, gays convertidos en chicas y cortes evidentes en los capítulos.

Ranma 1/2 (que Magic emite desde marzo) es una serie adaptada del cómic original de 1988 escrito por la autora Rumiko Takahashi, hoy una de las mujeres más ricas y conocidas de Japón. Ranma Saotome es un chico adolescente que, mientras practicaba artes marciales en China, tuvo la mala suerte de caer en una de las fosas de Jusenkyo. Jusenkyo es una región encantada. Todo el que cae en uno de sus arroyos carga con una maldición el resto de su vida: se transforma en la última persona o animal que se ahogó allí. En la fosa en la que cae Ranma murió una doncella, por eso se convierte en chica cada vez que se moja con agua fría. Pero el cambio no es permanente: vuelve a ser un varón al mojarse con agua caliente. De ahí el título

de la serie, Ranma 1/2: mitad chico, mitad chica. Y de ahí que la historia de Ranma sea un compendio de sugerencias homoeróticas en clave de comedia. Cuando vuelve a Japón Ranma es obligado por su familia a comprometerse con Akane Tendo, una chica que dice odiar a los hombres. Los enredos que conllevan el cambio de sexo y el romance entre Akane y Ranma son la base del argumento de la serie. Por supuesto, para que la transformación de Ranma quede bien clara, abundan los desnudos: escenas donde Akane se encuentra con su novio luciendo redondeados senos, Ranma cambiándose tras una ducha y amigos de Ranma comprobando al tacto que las curvas del joven Saotome son reales. Cuando Magic tuvo acceso a los capítulos, debe haberse dado cuenta de la potencial "peligrosidad" de estas escenas, en caso de que algún padre conservador se pusiera a ver dibujos con sus hijos. Por eso los capítulos están "arreglados" y las escenas más eróticas no se ven por televisión. Eso sí: Ranma sigue cambiando de sexo tres o cuatro veces por capítulo, aunque sin desnudos. Según afirma Leandro Oberto, director de Lazer, la revista más importante de manga y anime nacional, y dueño de la editorial Ivrea, que está editando el cómic de Ranma 1/2 desde hace un mes, los capítulos llegan a Magic completos.



LA CHICA PERFECTA ES DE OTRO PLANETA

Las series se emiten con otras confusiones que son responsabilidad directa del canal. Una de las más simpáticas es la que acontece en la primera temporada de Sailor Moon. Esta serie, adaptada de un manga escrito en 1992 por Naoko Takeuchi (entonces una autora de 25 años, hoy una millonaria que se pasea en Ferrari y sufre un acoso de fans comparable al de una estrella de rock), es uno de los animes para chicas más populares del mundo: toneladas de merchandising, innumerables parodias eróticas y adaptaciones para películas en video, cine y compactos de banda sonora. Para medir la popularidad de Sailor Moon, basta señalar que en el video del tema "Ojo con los Orozco" de León Gieco, Enrique Pinti aparece sentado en el inodoro leyendo un parodia erótica del cómic. Sailor Moon, que se emitió durante dos años por Magic y otros canales, cuenta la historia de guerreras galácticas míticas que despiertan cada vez que el Universo está en problemas, aunque conservan todas las características adolescentes: siguen yendo a la escuela, enamorándose de jovencitos, preocupadas por la ropa y el

maquillaje y las dietas. El destino del Universo es un matriarcado: las guerreras no tienen por qué masculinizarse para ser poderosas. Pero tienen que luchar con los más siniestros villanos. Es aquí cuando el doblaje traiciona por primera vez al espectador. En la primera parte (Sailor Moon está dividida en cinco sagas), aparecen los villanos del Megaverso, un universo paralelo que amenaza con destruir a éste. Sus lugartenientes son dos guerreros: Malachai y Zoycite. Malachai es un atractivo guerrero de larga cabellera; Zoycite, su "compañera", lucha junto a él y le oculta su apasionado amor (Malachai no la corresponde). Pero el problema es que en la versión original, Zoycite no era una guerrera, sino un guerrero. Andrógino, muy femenino, pero hombrecito. Basta con ver el dibujo: Zoycite no tiene senos, cuando los senos de las mujeres del anime suelen ser bastante grandes.

Guerreras mágicas es un anime adaptado del manga del grupo Clamp, un estudio de mujeres guionistas y dibujantes especializadas en manga homoerótico. Estrenada por Magic en agosto del '98 (ya se dejó de emitir), Aguila, un guerrero legendario, pasó toda la serie siendo guerrera. Y antes, hace muchos años, cuando la televisión argentina estrenó Robotech (una serie que adaptaba tres mangas japoneses y era producida en Estados Unidos), uno de los protagonistas, Zor, pasó varios capítulos doblado con voz femenina. El error fue subsanado cuando Zor, herido, apareció semidesnudo en una cama de hospital, con evidente físico masculino. El doblaje, que en estos casos no se hizo en la Argentina, viene "arreglado" para las audiencias infantiles de Latinoamérica.



LA SALUD DE NUESTROS HIJOS

Uno de los primeros en denunciar los cortes de Magic (agregando ejemplos de mutilaciones a nuevas series como Zenki, que no tiene referencias homoeróticas, pero sí algún desnudo) fue Leandro Oberto, también ex conductor del programa "El club del anime" por Magic (sábados a las 9 de la mañana). Poco después de publicar las escenas cortadas de Ranma en el número de febrero de Lazer, promocionado con la leyenda "Todo lo que Magic no quiere que veas", Oberto dejó de conducir el programa. "Se enojaron por la publicidad, no por la denuncia. Con Ranma 1/2 es la primera vez que se encargan de censurar un dibujo. Habían hecho cortes en Dragon Ball y Sailor Moon, pero sutiles, porque las versiones dobladas ya venían suavizadas. Ranma 1/2 llegaba entero, pero lo cortan salvajemente y doblan a los gays como mujeres. Además, muchos episodios de Ranma 1/2 quedaron de 15 minutos y no se entienden. Yo no escuché respuestas coherentes desde el punto de vista comercial. Dicen que son un canal para chicos las veinticuatro horas, aunque bien podrían emitirlos completos después de las doce de la noche. El problema es que cuando se quedaron sin la licencia de muchas series para chicos que compró la Fox, fueron a la búsqueda de series japonesas, y algunas no son para el público infantil", explica.

LOS CHICOS CRECEN

Lazer, que empezó como una revista "hecha para joder", está vendiendo hoy 30 mil ejemplares. Es bimensual. La edición del manga de Ranma 1/2 ya se agotó en comiquerías, y Oberto, de 23 años, es un empresario próspero. Otras revistas argentinas especializadas en manga, entre ellas Otaku y Ran, también tienen buenas ventas, aunque no tan espectaculares como la pionera Lazer. El 45 por ciento de sus lectores, cuenta Oberto, son chicas adolescentes o preadolescentes. En algunos fragmentos de las cartas de lectores publicadas en Lazer puede leerse: "Con respecto a mis fantasías sexuales depravadas, no son tanto como coger con Tuxedo, pero una vez soñé que Haruka y Michiru (la pareja lésbica de Sailor Moon), transaban y se manoseaban en mi casa mientras Serena y yo nos apurábamos para ir al colegio" (Eugenia, 14 años). O: "Esas locas se despabilan por hombres de muy dudosa hombría. ¿No creen que Hyoga y Camus se quieren más de lo que parece? (se trata de dos protagonistas de los Caballeros del Zodiaco). Y pregunta Carolina si "Shun es nena o varón" (Cecilia, 15 años). Respuesta a la pregunta de la carta anterior: "En mi opinión, Hyoga, Shun y varios Caballeros se la miran con cariño. O sea, son trabucos". Advertencia: las respuestas y los interrogantes en la sección correo de Lazer hacen gala de una alarmante homofobia, lo cual, considerando que los lectores conocen sin equívocos las historias completas, no deja de ser paradójico. Es más, cuando en Sailor Moon aparecieron Haruka y Michiru, dos nuevas guerreras lesbianas que viven juntas y una de las cuales pasa los primeros capítulos vestida como hombre porque ésa es su "identidad secreta", Lazer publicó una foto de Haruka con el tan celebrado como dudoso epígrafe: "Tan linda y es tortillera".

ANIME QUEER

En la última parte de Sailor Moon aparecen nuevos guerreros, los Sailor Starlights, tres chicos que tienen una banda estilo Backstreet Boys y que se "transforman" en esculturales mujeres enfundadas en cuero, casi con un look sado, cuando se disponen a luchar. Pero también existen mangas que tocan directamente el tema gay, como El corazón de Thomas o el nuevo y explícito Zetsuai 1989/Bronze (la historia del romance entre dos varones de 18 años, uno estrella de rock y otro crack de fútbol). El clásico es La canción del viento y el árbol. Trata sobre dos chicos en un internado: uno es el prostituto del colegio (es decir: el que recibe dinero por sus favores), y el otro el que trata de rescatarlo porque lo ama. Editado en 1976, provocó un escándalo en Japón. Se consigue en video rebautizado como Sanctus. Pero, contrariamente a lo que Occidente podría pensar, los cómics homoeróticos no los dibujan hombres ni están dirigidos al público gay: son mangas y animes para chicas adolescentes.

LAS CHICAS LOS PREFIEREN ANDROGINOS

En Japón, el manga para mujeres se llama Shojo manga. En el que, por lo general, no falta una relación homoerótica, aunque con escasa dedicación al lesbianismo y particular predilección por lo gay y lo andrógino. A raíz de esta fascinación femenina por el universo homoerótico, han surgido nuevos estilos y definiciones. La más importante es el yaoi: historias de romances gay masculinos escritas por fans, combinando diferentes personajes de diferentes series. El cómic gay profesional –para diferenciarlo del yaoi aficionado– se llama june. El yaoi es casi pornográfico, mientras el june es más romántico. Y después queda el shounen ai (o "amor de chicos", en el que el sexo no es explícito). En general, los protagonistas de estas historias se llaman bishounen, que quiere decir "chico lindo" y que es una antigua categoría estética japonesa utilizada para referirse a la fascinación por adolescentes de entre 13 y 16 años. El 80 por ciento de los protagonistas de manga son bishounen, tanto villanos como héroes: chicos lindos, bastante andróginos, suertes de Lolitas masculinos que enloquecen a las adolescentes japonesas. Así, con el desembarco sistemático de bishounen que conquistan a las púberes argentinas, empiezan a llegar varias interpretaciones para este fenómeno. La primera es que los personajes hombres ambiguos les permiten a las chicas experimentar fantasías que le son negadas a las mujeres en la sociedad japonesa. Otra teoría sostiene que las definiciones de género son mucho más tenues en la cultura japonesa (el idioma carece de sustantivos femeninos y masculinos) ya que, por ejemplo, es frecuente que al padre también se le pueda decir "mamá" indistintamente. Pero para Matthew Thorn, antropólogo de la universidad norteamericana de Columbia y estudioso del Shojo manga, que realizó trabajos de campo con lectoras ajenas al bagaje cultural japonés, el asunto tiene que ver con que el manga femenino homoerótico provee un universo dominado por mujeres, en el que para las chicas es mucho más sencillo explorar su sexualidad.



[Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/1999/suple/radar/99-05/99-05-30/nota2.htm>]

RANMA 1/2

Otro héroe animado japonés llegó a la pantalla local

Es un muchachito hábil para las artes marciales, capaz de mutar en atractiva pelirroja.

MARIA IRIBARREN

A diez años de su estreno en Japón con un éxito inusitado, llegó a la pantalla local Ranma 1/2 (Magic Kids, lunes a viernes, a las 18), uno de los dibujos animados más subyugantes de estos tiempos, que justamente viene de la tierra que ya ha dado personajes famosos como los de Dragon Ball, Sailor Moon y el polémico Pokémon. Basta dar un repaso a los números para tener una exacta dimensión de lo que lo que este dibujito significa en el Imperio del Sol Naciente (y de los cómics). Ranma 1/2 lleva 34 libros publicados, una primera saga televisiva de 18 episodios, una segunda de 143, dos películas para cine, 2 videos musicales, una recopilación de aperturas y cierres de la serie de TV, más 11 OVA (miniseries en formato de video).

Ranma Saotome es un apuesto muchachito de dieciséis años con una destreza singular para las artes marciales. Es también el único hijo de Genma Saotome, quien guía los talentos del chico desde temprana edad. No obstante los desvelos paternos, el ímpetu de Ranma y la imprudencia de Genma fueron suficientes para signar el destino tragicómico del joven. Así ocurrieron las cosas: nadando desde Japón, Ranma y Genma llegan a Jusenkyo, un rincón de China famoso por sus fuentes encantadas. Según la leyenda, aquel que cayera en esas aguas tomaría la apariencia de la última persona que se ahogó en ellas. Por error de Genma (que no sabe leer), Ranma se zambulle en la denominada Fuente de la doncella y emerge transformado en una irascible y bien formada pelirroja. Sólo el contacto con agua caliente volverá a los hechizados a su estado original.

Eso no es todo. Porque Genma también tuvo su cuota de infortunio al caer en la Fuente del Panda y, como es de esperar, salió convertido en un enorme oso (apariciencia muy ajustada a su personalidad real). A lo largo de la serie, otros personajes inspirados por el deseo de vencer al indómito Ranma, tendrán su baño bautismal en esas aguas y sufrirán metamorfosis diversas. Pero la cosa tampoco termina acá. Es que la vida de un adolescente está plagada de incertidumbres, delicias y descubrimientos, y la de Ranma no es una excepción. Único heredero varón y, por lo tanto, responsable por la continuidad de su linaje, a Ranma lo comprometen con Akane Tendo, la hija menor del mejor amigo de su padre (Soun). Akane no es una chica del montón: huérfana de madre y enemistada con el género masculino en su totalidad, ha desarrollado una fuerza abrumadora y una habilidad desconcertante en las artes marciales (antes de ingresar a la escuela, todos los días se bate y vence a una legión de pretendientes). Sobre esta plataforma argumental, Rumiko Takahashi (la autora de Ranma 1/2 y una de las más populares de Japón) tejó una historia de amor surrealista, con altas dosis de humor y enredos delirantes. Bien mirado, Takahashi no hace más que describir el universo existencial de un adolescente. Ranma y Akane no sólo desafían el imperativo cultural de adoptar una sexualidad a priori asignada. Deben enfrentar también la rigidez de una tradición (acuerdos matrimoniales, sumisión de la mujer al deseo del hombre, reverencia al pasado) que, en tiempos de cultura globalizada, resulta un tanto vetusta.

La serie, pensada para el público adolescente, es convincente al expresar algunas tensiones características de esa edad: la exploración sexual, la identificación con los pares o la autoexclusión, la aprobación o la desobediencia de los mandatos paternos. Este es, sin duda, uno de los mayores logros argumentales de Ranma 1/2 que además exhibe una belleza visual poco frecuente (escenas de desnudos y encuentros sexuales entre los jóvenes incluidas). Sin embargo, la teleaudiencia argentina verá una versión sui generis de Ranma 1/2 dado que Magic aplicó tijeras (ya lo hizo con Dragon Ball) para alivianar los contenidos y hacerlos aptos para la platea infantil.

[Recuperado de <http://edant.clarin.com/diario/1999/06/08/c-00703d.htm>]

Los chicos y la TV

La noche del descontrol remoto

Casi medio millón de chicos de entre 6 y 12 años mira la TV en Buenos Aires después de las 22, fuera del horario de protección al menor.

En estos días se vuelve a señalar con dedo acusador a la TV como determinante de las conductas infantiles y se le exige, como medio, que respete a rajatabla el horario de protección al menor. Pero, paralelamente, la realidad de los hogares argentinos demuestra que, más allá de las normativas que rigen para la programación diurna, las costumbres de consumo de los más chicos superan el corsé que la sociedad pretende imponerles desde lo institucional.

Según datos de la empresa de mediciones de audiencia Ibope, casi medio millón de chicos de entre 6 y 12 años en el área de la ciudad de Buenos Aires miran la TV después de las 22, hora a la que finaliza la protección al menor. A partir de las 23, aunque esa cifra se reduce a la mitad, las mediciones demuestran que unos 250.000 chicos de esa edad permanecen frente a la pantalla hasta la medianoche.

Para explicar este fenómeno, una doble investigación en Estados Unidos y la Argentina, realizada por la agencia de publicidad Lautrec, Nazca Saatchi & Saatchi, indica que los niños de fin de siglo no se parecen en nada a los de generaciones anteriores. Tantos son los rasgos que diferencian a estos niños del 2000 de sus antecesores, que han sido bautizados como "Generación Y", una segmentación posterior a la difundida "Generación X".

LA NUEVA GENERACIÓN

Los valores que adoptó la "Generación X" fueron la autenticidad, la diversidad y el globalismo; e incluye a los chicos y jóvenes de mediados de los años 80 y principios de los 90, que estimaron el impacto de lo distinto, tomaron la espiritualidad de las culturas no occidentales y adoptaron, por ejemplo, la medicina alternativa.

Este perfil de la "Generación X" persiste en la nueva "Generación Y" de fines de los años 90. Pero, además, esta camada de fin de siglo le suma otros valores: la importancia de la conectividad (Internet), la revalorización del conocimiento (lo asocian al poder) y la confianza en sí mismos (basada en la libre elección). Para cumplir con este mandato generacional, estos chicos cuentan con inteligencia, independencia, capacidad de recibir mensajes complejos y manejo de tecnología.

Si bien los canales deben ajustarse a lo que indica la ley en cuanto al horario de protección al menor, es válido preguntarse qué sucede con ese casi medio millón de chicos que consume televisión hasta la medianoche y por qué su programa preferido es, por ejemplo, "Verano del 98", un ciclo que a partir de su traslado a la franja de las 22 comenzó a incluir en su trama temas más ligados con lo sexual.

De los 413.000 chicos que miran televisión entre las 22 y las 23, 265.000 eligen la telenovela adolescente de Telefé y nada menos que 110.000 miran en "Campeones", de Canal 13, las encendidas escenas de amor protagonizadas por el boxeador Guido Guevara (Osvaldo Laport) y el basurero Valentín D'Alessandro (Mariano Martínez).

Además, si se observan las cifras de forma más fragmentada aún, se obtiene que entre los niños que miran "Verano del 98" hay 124.000 que tienen entre 6 y 8 años, mientras 37.000 de esa edad siguen a "Campeones".

A partir de las 23 y hasta la medianoche, las cosas cambian, pero no tanto. Son 243.000, es decir, casi un cuarto de millón de chicos, los que permanecen frente a la TV hasta que termina el día. "Vulnerables", "Agrandaditos", "La mujer del presidente", "Por el nombre de Dios", "Todo por dos pesos", "Totalmente", "La noche de Moria", "PNP", "El rayo" y "La Biblia y el calefón" son algunos de los programas que ofrece la TV de lunes a viernes, a las 23, en ese espacio reservado para el público adulto.

Pero estos datos ya no deberían sorprender. Laura Salles de Lautrec explica: "Estos mismos chicos son los que navegan en Internet y buscan las páginas de pornografía". Para citar un ejemplo doméstico que coincide con este supuesto, bastan las palabras de Moria Casán en una conferencia virtual de ExpoInternet: "Un día descubrí que Sofía Gala miraba películas pornográficas por el canal Venus. Le pregunté qué había sentido y ella me contestó que risa y asco. Por supuesto que al otro día pedí la codificación de ese canal".

LOS CHICOS DE HOY

La investigación de Lautrec Nazca Saatchi & Saatchi tiene su origen en Estados Unidos. Allí, el estudio explica que los 16 millones de chicos que navegaban en Internet en 1998, el hecho de que el 54 por ciento de los niños tiene un televisor en su cuarto, la emergencia de la sociedad de la información y la crisis de la familia (15 millones de madres solteras y 80 millones de personas que combinan hijos de más de un matrimonio) son los determinantes del surgimiento de la "Generación Y", integrada por chicos que no dejan de tener las características propias de la etapa de la niñez, pero que son más autónomos, más sofisticados y revalorizan el conocimiento.

En la Argentina, según el estudio local desarrollado por la agencia de publicidad, existe una generación parecida a la estadounidense originada por similares circunstancias.

En el área metropolitana, la penetración de la TV color con control remoto es del 80 por ciento, pero llega al ciento por ciento en la clase alta y al 95 por ciento en la clase media. A esta base tecnológica debe sumarse la tendencia a la crisis del núcleo familiar. Según el Instituto Nacional de Economía y Censo (Indec), el 40 por ciento de la fuerza laboral y el 25 por ciento de los jefes de hogar son mujeres.

La conclusión de la investigación es que la nueva generación aún vive en el seno de familias tradicionales, pero que están ocupadas. De allí que, por la ausencia paterna y materna (por razones económicas ambos trabajan), los medios digitales cobren para los chicos argentinos la misma importancia que para sus pares norteamericanos. Son proveedores de información y de contención emocional.

Los niños argentinos de la "Generación Y" desafían su inteligencia y utilizan mensajes más complejos. Este es el motivo por el que, según el análisis de Lautrec, los chicos entre 6 y 12 años eligen programas de la TV abierta que originalmente fueron concebidos para los adultos.

El segmento de 6 a 12 años está integrado por un total de 1.351.510 chicos. De esa cantidad, 413.000 consumen televisión después de las 22. Esto quiere decir que un 30 por ciento del total de los niños no es obligado a respetar -o hacen caso omiso- el horario de protección al menor.

Según el estudio de Lautrec, la "Generación Y" no es una tendencia coyuntural: crecerá progresivamente junto con la expansión de la tecnología y las comunicaciones. Por eso, tanto los canales de TV como los responsables de su supervisión tendrán que reconsiderar la búsqueda de programas infantiles, en el horario de protección al menor, que cumplan con las expectativas de la nueva generación.

INFRACCIONES

Como ente supervisor, el Comité Federal de Radiodifusión (Comfer) informó que "en 1998 se realizaron 23.357 observaciones a la radio y la TV abierta y por cable". Una observación es una detección y evaluación de una posible infracción a la ley. "Del total de los casos registrados -aclaró- 4487 fueron por falta de cumplimiento del horario de protección al menor."

Miriam Molero

[Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/143716-la-noche-del-descontrol-remoto>]

Sábado 9 de julio de 1999

Video

Ranma 1/2, para mayores de 13

La serie japonesa en venta directa

Con 34 libros publicados, una serie televisiva de 152 capítulos, dos largometrajes cinematográficos y un sinnúmero de productos de merchandising, *Ranma 1/2* llegó a nuestro país.

La serie creada por Rumiko Takahashi, que se emite de lunes a viernes, a las 12 y a las 18, por Magic Kids, va en camino a convertirse en un nuevo suceso del Sol Naciente, siguiendo los pasos de *Dragon Ball Z*. A diferencia de esta última, *Ranma 1/2* es una comedia destinada al público adolescente. Por esta razón, la autora eligió que los protagonistas sean chicos de entre 13 a 17 años, con un agregado extra a la típica problemática juvenil, el humor sobre la base del cambio de sexo de su protagonista principal, Ranma Saotome.

Como la mayoría de las producciones animadas del Japón, la televisión local las adapta pensando en el público infantil, por lo que quedan afuera varias escenas. Y éste es también el caso de *Ranma 1/2* en el que se sacrifican desnudos y juegos de seducción y confusión entre los jóvenes.

La reciente edición que Plus Video puso en venta directa de esta serie sólo es apta para mayores de 13 años, ya que los tres volúmenes de 65 minutos de duración, tal como se advierte desde la caja, ofrece la versión completa de cada episodio.

CAMBIO DE SEXO

Como en sus obras de terror, Rumiko Takahashi muestra que la confusión sexual es algo que puede vivirse con naturalidad, y que en muchos jóvenes existe un lado femenino que conviene explorar.

Ranma Saotome, un apuesto chico de 16 años y experto en artes marciales, vera cómo su vida cambia cuando por accidente (al igual que su padre Genma) cae en las aguas de una de las tantas fuentes hechizadas y toma la apariencia de la última persona que se ahogó en ella.

Ahora, cada vez que se mojan con agua fría, Genma se convertirá en un enorme oso panda y Ranma en una voluptuosa pelirroja. Sólo vuelven a la normalidad cuando entran en contacto con agua caliente.

A partir de este hecho, padre e hijo vivirán las más insólitas situaciones, complicándolas aún más, con el compromiso de Ranma con Akane Tendo, la hija menor del mejor amigo de su padre. Akane como era de esperar no disfrutará demasiado de la personalidad dual del pobre Ranma.

Volumen I: *Un amor imposible* . Vol. II: *La pelea del siglo* . Vol. III: *Una peligrosa competencia* . Duración de cada uno: 65 minutos. Calificación: apta para mayores de 13 años. Hablada en castellano. Precio aproximado: \$ 16,90. Editora: Plus Video.

[Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/193606-ranma-12-para-mayores-de-13>]

Dibujitos a lo grande

Adolescentes y adultos, el nuevo público de los animados.

Ya hace tiempo que los dibujitos animados dejaron de ser propiedad exclusiva de los niños. Y no sólo porque los más grandes suelen plantarse ante la TV para ver las historietas infantiles, sino -y sobre todo- porque las ofertas animadas están destinadas cada vez más a los adolescentes. O, incluso, a sus padres. De hecho, por estos días, las cadenas televisivas norteamericanas suelen programar los dibujos en el horario central, con muy buen rating.

Aquí, sólo "Los Simpsons" y "South Park" pasaron la barrera y llegaron a la TV abierta en versión más o menos completa. El primero (que se emite por Telefé) con más suerte que el segundo; no sólo por la audiencia, sino también por las repercusiones. Es que la controvertida "South Park" levantó una fuerte oleada de críticas cuando aterrizó en Azul TV. Algo que también ocurrió en los Estados Unidos, donde la liga Acción para la Televisión Infantil la definió directamente como "enemiga de la democracia". Pese a todo, la creación de Trey Parker y Matt Stone alcanza allí una audiencia de 47 millones de telespectadores, cada viernes, en el canal Comedy Central.

Más allá de las quejas y críticas, el cable local parece seguir una tendencia que en los Estados Unidos ya está asentada, y que en Inglaterra, y especialmente en Japón, tiene una larga historia.

LA NUEVA OLA

Como muestra vale citar "Futurama", la nueva criatura de Matt Groening, el creador de "Los Simpsons", que llegará a la pantalla de Fox el domingo 15, a las 20 (Canal 28 de Multicanal y 35 de CableVisión), y que ya es un éxito en los Estados Unidos (se estrenó allí el 28 de marzo último y ya es vista por 11 millones de espectadores). También la cuestionada "Ranma y medio", de origen japonés, que se ve algo cortada por Magic Kids y Azul TV; "Los reyes de la colina" (en Fox), de los mismos creadores que "Beavis & Butt-Head", e incluso muchos de los separadores de las señales musicales, forman parte de esta tendencia del mercado televisivo. Y aunque se emitió hace varios años, habría que sumar también "The critic", que puso en pantalla HBO Olé. O "Spwan", que vio el año último por la misma señal.

El interés por la materia creció al punto de que hoy existen canales especializados en animación. Aquí, por ejemplo, Locomotion emite exclusivamente productos de este tipo. Y aunque por ahora sólo se ve por DirecTV, el gerente general de la señal, Rodrigo Piza, adelantó que a partir del año que viene estará también en Multicanal y Supercanal.

"El problema -sostiene Piza- es que muchas veces se confunde la animación con los programas infantiles por el simple hecho de que son dibujos. "South Park", por ejemplo, es claramente para adultos, mientras que "Los Simpsons" siempre se movieron en el terreno intermedio."

TODA UNA TENDENCIA

Los otros canales se hicieron eco de esta tendencia televisiva. Según un estudio de mercado que realizó la señal Warner para renovar su imagen, "los animados dejaron de ser una oferta netamente infantil para convertirse en una opción del prime time (horario central) de los canales con mayor rating".

En plan de satisfacer esa demanda, el canal ya puso en pantalla una nueva versión de "Batman", esta vez titulada "Batman del futuro". Según sus creadores, Allan Burnett, Paul Dini y Bruce Timm, la historieta nueva está inspirada en títulos cinematográficos como "Pecados capitales", "Blade Runner" y "El quinto elemento".

Todo para darle al héroe un aspecto más siniestro y oscuro, a tono con las exigencias de la nueva generación televisiva: la Generación Y, también llamada "Generación del Milenio".

En realidad, bajo esa letra del abecedario, el marketing puso en foco a la nueva franja de adolescentes que, se supone, será la nueva masa consumidora. "Los Animados Y" -dice el estudio de Warner- parecen llegar a televidentes que responden al humor, la ironía y, aparentemente, a la cruda verdad que definitivamente se acepta cuando viene de un personaje animado."

En ese camino, también estrenarán en noviembre, "Baby Blues", la historia de una joven pareja que tiene que vérselas con la sorpresiva llegada de su primera hija.

"Descreídos, nihilistas, aventureros, impertinentes, ácidos, groseros, ofensivos... Todas esas definiciones caracterizan a la mayoría de los personajes de los dibujos animados de este fin de milenio. Ya no están de moda las fábulas tradicionales en las que los buenos triunfan sobre los malos", concluye el estudio de

Warner.

GRACIAS AL CABLE

Justamente, el gerente general de Locomotion está convencido de que el éxito de la animación para adultos responde tanto al formato como al contenido. "El interés del público se incrementó en la última década por la gran proliferación del cable. Pero también por el cambio generacional que trae consigo una nueva manera de mirar la vida urbana. Los guiones de las series animadas están trabajados de manera adulta, satirizan la vida moderna y manejan conceptos fuertes."

Esa parece ser la receta del éxito. Un pizca de ironía, otro tanto de mirada crítica y unos personajes que, por animados, reflejen la vida moderna sin inquietar tanto al telespectador como para que se siente reflejado en carne y hueso. Al fin y al cabo, parece que la verdad es más digerible cuando viene de un dibujo.

SOLO PARA MAYORCITOS

- ♦ "Los Simpsons": creados por Matt Groening, marcaron la tendencia cuando aparecieron, en abril de 1987, como un corto de 30 segundos en el programa "The Tracy Ullman Show". El 17 de diciembre de 1989, Fox emitió el primer capítulo de esta serie que cumple diez años. Aquí se ve por Telefé y Fox.
- ♦ "South Park": la creación de Trey Parker y Matt Stone, que emitió aquí Azul TV y que se ve por Locomotion, alcanza una audiencia de 47 millones en los Estados Unidos. No sólo ganó el premio ACE a la mejor serie animada, sino que además apareció en la lista de los 10 mejores para la crítica televisiva. Su público tiene entre 18 y 34 años.
- ♦ "Crapston Villas": se trata de la primera novela animada, producida por el Reino Unido. Cuenta la historia de los habitantes de un edificio: una madre soltera, una pareja de homosexuales con gustos opuestos, el hijo promiscuo y demás vecinos. Ganó el Broadcast Production Award como el mejor programa del Reino Unido. Se ve por Locomotion.
- ♦ "Ranma y medio": explora la ambigüedad sexual, a través de la historia de un adolescente de 16 años que, cuando se moja con agua fría, se convierte en una joven atractiva, y cuando se moja con agua caliente, vuelve a ser varón. Se ve por Magic Kids
- ♦ "Dr. Katz": cuenta la historia de un analista que necesita más terapia que sus pacientes. Se emite por Locomotion.
- ♦ "Cuttlas": nació de un célebre personaje del cómic español, creado por Calpurnio Pisón, publicado en el diario El País, de España. Por Locomotion.
- ♦ "Baby Blues": creada por el equipo que hizo "Los Simpsons", cuenta la historia de Wanda y Darryl, una joven pareja a la que el nacimiento de su primera hija pone la vida patas para arriba. Por Warner, desde noviembre.

Verónica Bonacchi

[Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/148725-dibujitos-a-lo-grande>]

Domingo 29 de agosto de 1999

El fenómeno de los dibujos animados japoneses

De Tokio a la pantalla

El Centro Cultural Rojas reunirá mañana a los fans del *animé*

Por [Natalia Trzenko](#) | LA NACION

Ultimamente, las peleas y discusiones en los recreos de los colegios secundarios han cambiado de tono. En realidad, la diferencia está en el idioma. Se habla de *manga*, *animé* y *otakus*, términos japoneses que describen las historietas, los dibujos animados y a sus fanáticos.

Esas palabras ya forman parte del vocabulario cotidiano de toda una generación que las aprendió gracias a su afición por los dibujos animados realizados en Tokio.

Cada vez con mayor fuerza el *manga* y el *animé*, para usar los términos que sus puristas defienden, están presentes en la TV ("Azultoon", en Azul, y "El club del animé", en la señal Magik) y los quioscos argentinos. Tanto en los canales de aire como en los de cable, las series animadas protagonizadas por personajes de ojos grandes y nombres impronunciables ganan espacios y seguidores, incluso son programados en ciclos de diversos centros culturales, como el Rojas, que mañana, a las 19.30, exhibirá dos clásicos de la animación japonesa, "Alita, ángel de combate" y "Macross Plus". Es difícil pasar por un quiosco sin ver las revistas, los videos y hasta los pósters de "Ranma y medio", "Los Caballeros del Zodíaco" y "Dragon Ball Z". Fue justamente con este último que comenzó, hace unos cinco años, el auge por las historias de los dibujos animados de origen japonés. Primero tuvieron éxito en los Estados Unidos, Inglaterra, España y México. Finalmente, la moda del animé llegó a Brasil, y de allí el paso hacia la Argentina fue inevitable. Aunque en Japón, tanto las historietas (*manga*) como los dibujos animados (*animé*) son consumidos por adolescentes y adultos, acá su público mayoritario no supera las 18 años. A los más chicos les encanta, aunque la carga de doble sentido que tienen les pasa completamente inadvertida. Los recientes estrenos en video de algunas de estas series fueron editados sin los cortes que sufren en su paso por la TV, donde muchas veces ante la necesidad de transformarlos en dibujos aptos para todo público, les quitan continuidad y sentido.

LAS HINCHADAS DE LOS DIBUJOS

"En Japón tienen una gran industria de este tipo de series y películas animadas de gran calidad técnica y argumental. Acá, la mayoría de los canales compra productos que tienen más de diez años y que por esa razón les resultan muy baratos. Así, se entiende la cantidad de estrenos", explicó Mariela Carril, conductora del programa "El club del animé", que se emite por la señal de cable Magik, y organizadora del festival "Magnanimé", especializado en la exhibición de este tipo de material.

Los motivos del furor-moda se acercan a veces a los del negocio. Eso no pareció importarles a los más de mil asistentes a la segunda edición del festival "Magnanimé", programada por Carril y su socio Daniel Acosta, el 17 de julio último, donde se proyectó la versión original en japonés, con subtítulos en castellano, de "Macross", más conocida como "Robotech", una serie animada que se emitió en 1986. El encuentro comenzaba a las 18, sin embargo, desde las 8 varios chicos de alrededor de quince años rondaban la zona y a la hora de la largada ya habían logrado transformar la tranquila tarde de sábado en una especie de domingo futbolero. La cola para entrar daba vuelta la cuadra y la ansiedad por ingresar iba en aumento a medida que se difundía la noticia de que el cupo de la sala era limitado. El material que se iba a proyectar no era nuevo, ni desconocido; sin embargo, el fanatismo provocó la furia de los que quedaban afuera. Chicos de 14 a 20 años culpaban a los organizadores por no haber tenido en cuenta lo que tenían entre manos. "Esto es "Macross", nadie se lo quiere perder; si fuera "Sailor Moon" todavía...", aseguraba uno de los tantos jóvenes que quedó afuera.

MÚSICA ELECTRÓNICA Y MÁS

Otro de los lugares de encuentro de los otakus es Oval, un bar que gracias a Fernanda Correa, Marcelo Randinone y Arieloop, durante todo julio -y nuevamente en septiembre- intenta combinar la música electrónica y a sus seguidores con el animé. Después de la medianoche, todos los viernes más de 200 personas se encontraban para intentar la mezcla de la que participaron DJ como Carlos Alfonsín y Miguel Silver 303, entre otros. La intención de los organizadores de las "Noches de animé en Oval" es agregar una

cuota de cultura y vanguardia a la ceremonia del baile.

Allí, se reunieron muchos de los que ven al manga y el animé como artes despreciadas. Esa es la opinión de los directores de la revista Ran (anarquía en japonés), que se resisten a que el animé se transforme en un entretenimiento popular y por ello intentan que sus reuniones mantengan el perfil del especialista, como la del sábado 7 de este mes, en la que el público era mayormente adulto y conocedor. El fanatismo por el animé parece tener lugar para todos. Desde chicos que no llegan a los diez años, pasando por los adolescentes y hasta un selecto grupo de adultos, que por ser seguidores de larga data se sienten invadidos y prefieren recordar que no hace mucho, animé era un palabra que sólo un cerrado clan de argentinos y 124.845.000 japoneses conocían.

SOL NACIENTE EN AZUL TV

En diciembre de 1997 se convirtieron en los dibujos más controvertidos. Pero no por la trama de su historia ni por su vocabulario. "Pokémon", que ahora llegará por partida doble a la TV local, ganó mala fama justamente porque fue acusada de provocar convulsiones en 700 niños japoneses por sus luces brillantes y el movimiento rápido de sus protagonistas.

Pero aquel episodio no logró derribar a "Pókemon". De hecho goza de tan buena salud que ahora se verá -en una versión limpia- desde mañana, a las 20, en Azul TV y, desde el 17 de septiembre, en la señal Cartoon Network, todos los días, a las 17 y las 22.

Y no sólo eso, el enorme negocio montado alrededor (muñecos y videojuegos) es tan rendidor que el próximo 10 de noviembre saldrá también la primera película de esta serie. "Pokémon" está basada en un videojuego de Nintendo llamado "Pocket Monster". Y cuenta la historia de Pikachu, que quiere convertirse en el mejor entrenador de pokémons.

Los pokémons en cuestión son unos pequeños animalitos que pueden convertirse en tu mejor amigo o en un monstruo temible. La idea es que Pichaku, gracias al entrenador Oak, logre derrotar al grupo de los villanos: el Rocket Group, que es una agrupación formada por James, Jesse y un pokémon malo llamado Meowth

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/151432-de-tokio-a-la-pantalla>]

Los chicos quieren una televisión menos violenta

Los chicos saben que la violencia invade la pantalla de TV

Los chicos saben que la violencia invade la pantalla de TV. Algunos se reconocen adictos a los dibujitos animados y otros querrían ver más programas educativos; pero, por sobre todo, tienen sentimientos encontrados hacia la *caja boba*: la adoran y la critican por igual.

La cantidad de horas que los chicos se sientan frente a la pantalla varía mucho. Muchos confiesan que querrían dedicarle más tiempo, pero otros, como María Paula Cid, de 10 años, creen que con dos horas es suficiente: "Pienso que la televisión es buena, pero no para estar enchufada todo el día".

Florencia Maldjian, de 11 años, resumió en una frase las contradictorias sensaciones que la televisión le produce. "Creo que es genial, educativa y violenta. Un poquito de todo", dijo.

Son los más grandes, con mayor espíritu crítico, quienes coinciden en que las propagandas y los avances de otros programas, dentro del horario de protección al menor, son de mal gusto y a veces excesivamente violentos.

Milagros Llorente, de 15 años, pasa alrededor de cuatro horas frente a la pantalla. "A mí me dejan ver TV hasta tarde; creo que la responsabilidad cae en mí y soy muy consciente; puedo distinguir qué ver y qué no. Me parece pésimo, aunque esté fuera del horario de protección, que en "Verano del '98", muestren homosexuales besándose y muchas escenas de sexo", se quejó.

De la misma edad, Fernanda, que vive en Belgrano, afirmó que año tras año la televisión se ha ido deteriorando: "El horario de protección nunca se cumple; pasan anticipos de películas o series excesivamente violentas y de muy mal gusto".

Sugiere incrementar el número de programas relacionados con distintas civilizaciones, que ilustraran sobre la historia, la geografía y las artes de diferentes culturas.

RESTRICCIONES

"No tengo horarios prohibidos -dijo Juan Cruz, de 8 años-, pero sólo me dejan mirar canales de cable para chicos, porque mi mamá dice que en los otros hay avisos de programas de grandes que son muy malos." Juan Cruz acata la prohibición y además reconoce que "hay algunos dibujitos que son muy zarpados y no me dejan verlos: "Futurama", "Ranma y 1/2", "Los Simpson" y los "Xmen".

Siete años tiene Victoria Bidinost y sus preferencias están encarriladas por el canal de cable Discovery Kids. Le gustan "El fantasma escritor", "Aventuras reales de chicos reales", "Mi guión", "Tom y Jerry", "El mundo de Bobby", "El pato Luca" y "Escalofríos". En televisión abierta, "Fort Boyard" goza de su atención.

"Yo le cambiaría los modos de pelear o la violencia, como ustedes les digan", agrega Victoria.

Cansados de la realidad circundante que les llega a través de los noticieros, algunos de los chicos lo manifiestan abiertamente. Es el caso de Mariano Ortiz Valenti, de 10 años: "Me gustaría ver más programas de chistes y películas cómicas, porque las cosas que pasan todos los días son terribles y muy tristes".

Norah Barrios, de 1er. año del Instituto Privado Tucumán, dice que le gustaría ver más programas donde valga la palabra de los adolescentes.

"Mi programa ideal sería aquel donde los adolescentes puedan contar, opinar, criticar, participar en juegos, esquemas cómicos y divertirse mucho sin pasarse de los límites", aseguró.

QUÉ LES GUSTA Y QUÉ NO

Marcelo Tinelli y los protagonistas de la serie "Campeones" son los más votados a la hora de las preferencias en la televisión abierta. Algo singular ocurre con "Chiquititas" y "Verano del '98", que cosechan tantos defensores como detractores.

"A la televisión le cambiaríamos la programación sacando las telenovelas, los programas de cumbia y las películas pornográficas. Les pondríamos más programas educativos, de entretenimiento, creativos, de computación y deportivos", dijeron los chicos de la escuela especial Instituto Jhaiti.

Y agregaron: "Nos gustaría que se respetaran los horarios de protección al menor".

A María Laura Salvatelli, de 12 años, y a Margarita Acquaroni, de la misma edad, les gustaría ver en televisión "más programas de aventura, con barras de chicos y chicas, con diversión, suspenso y amor"

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/153149-los-chicos-quieren-una-television-menos-violenta>]

Televisión

Dibujos animados Made in Japan

Frente a la pantalla, el furor de los chicos tiene un nombre: *anime*. Los dibujos nipones acaparan las ventas y están a la cabeza de un fenómeno que se muestra a medias: las tiras -que incluyen escenas violentas y de contenido sexual- se emiten con cortes

Los ojos son bellotas inmensas. Esferas húmedas que estallan de odio o navegan de amor. La boca es una aguja capaz de abrirse en charcos de oscuridad profunda. El filo de la cara se quiebra en arruguitas de tanto en tanto. El cabello vigoroso y brillante podría promocionar un champú. Los anime (dibujos animados japoneses) son todo un desafío genético: nacidos en un país de gestos casi mudos, ellos condensan dramatismo en cada centímetro del cuerpo.

Y tal vez sea eso. Esa fórmula pagana que mezcla pasión con buenos puños, algo de sexo y sangre en chorritos. Lo cierto es que, igual que en su país de origen, estos dibujos son la sensación para los niños argentinos. Aquí se venden unos 150.000 ejemplares mensuales dedicados al manga (historietas japonesas) y los videos de Dragon Ball han llegado a comercializar 50 mil unidades, sin contar la infinita gama de merchandising que tapiza quioscos y comiquerías.

En pantalla, el principal canal que los difunde es Magic Kids; pero también están Azul TV (emite Dragon Ball y Sailor Moon), Cablín y Locomotion (un canal que se ve por Direct TV y proyecta Ranma 1/2).

Hay que ver para entender. El anime no es Disney, pero puede romper taquillas. El anime no es grandes paisajes ni estética de lujo. El anime, dicen sus mismos creadores, poco tiene que ver con el arte. "Nadie esperaba el auge que tuvo en Occidente -dice Eduardo Orenstein, dueño de la librería Rayo Rojo, teórico del manga y director del documental Manga, el Japón dibujado-. Lo que prevalece acá es un dibujo claro, que permite descubrir al personaje. Por eso, los ojos grandes son fundamentales: muestran muy fácilmente la expresión. De todos modos, a la Argentina no llega lo mejor."

Chicos que al mojarse se transforman en chicas, chistes verdes, personajes homosexuales, algunos desnudos poco explícitos y mujeres con más curvas que un camino de montaña. Los dibujos son hijos puros de su matriz nipona: en Japón no hay cristianismo ni concepto de pecado original. La rectitud moral -conocida internacionalmente por su rigurosidad- tiene otros parámetros, y el sexo en todas sus formas se vive con menos culpa. "Los cartoons (dibujos animados estadounidenses) son previsibles, básicamente por el código moral que tienen -distingue Orenstein-. Ahí no puede haber muertos, no hay nada que tenga que ver con sexo y erotismo. Con el anime no: todo sorprende. Puede ocurrir que alguien muera, sangre, le arranquen la cabeza, o que Ranma muestre los pechos cuando se convierte en chica, cosa que ocurre varias veces por capítulo."

Cuenta la leyenda que Ranma -un adolescente practicante de artes marciales- fue a una región llamada Jusenkyo, donde había fosas encantadas. Según una maldición, todo aquel que cayera en esas aguas se transformaría en la última persona o animal ahogado allí. Y sí, amigos. Ranma se cayó. Y tomó la forma de una niña ahogada 150 años atrás. Desde entonces, cada vez que se moja en agua fría se convierte en jovencita curvilínea-pelirroja-rojo-shocking. Para volver a su estado natural, sólo debe mojarse con agua caliente.

La historia -que permitió a su autora, Rumiko Takahashi, ser una de las seis personas más ricas de Japón- es considerada un clásico en Europa y parte de América latina. En la Argentina, la serie llegó en marzo último y desde entonces es una de las más exitosas.

Pero se emite con cortes. Magic Kids, el canal que pasa la mayoría de los anime, se encarga de anular toda escena que considere inapropiada, y para evitar los cortes los televidentes deben recurrir a la versión completa de las revistas.

"Muchos padres depositan en nosotros la responsabilidad de lo que sus hijos miran por televisión -explica Jorge Contreras, director de programación de Magic Kids-. No sólo cortamos dibujos japoneses. Hace dos meses corté un segmento de la Warner donde el primo de Speedy González, Tranquilino González, estaba cantando una versión de La cucaracha que decía: La cucaracha, la cucaracha/ ya no puede caminar/ porque le falta, porque no tiene/ marihuana para fumar. Y en Dragon Ball, muchas veces hubo que cortar escenas no necesariamente de sexo. Me acuerdo de la muerte de Krilin, uno de los más queridos. Es atravesado por una lanza y muere, pero en el medio grita joh, oh!, mientras su ejecutor le quita la lanza, la agita y se la vuelve a atravesar. Quedó sólo la primera parte, pero el resto fue quitado, por hacer algo redundante sobre la muerte misma. Hay muchos seguidores que nos piden que pasemos las series sin

cortes, en un horario nocturno, y los entiendo. Pero ellos también deben entender: el nuestro es un canal para chicos, y muchos tienen permiso para ver tele hasta la medianoche. Nosotros no podemos traicionar la tranquilidad de los padres."

Córdoba. Tarde de un día cualquiera. Un padre entra en el cuarto de su hijo y descubre una revista que lo llena de espanto. ¿Erotismo de alto calibre? ¿Fotonovelas pornográficas? No: Dragon Ball, en una escena que fue calificada por la justicia provincial como obscena y con imágenes de pornografía infantil: la jovencita Bulma (mejor amiga de Goku, nuestro héroe) es intimada por Roshi (un viejo maestro de karate y amante de las revistas eróticas) a mostrar su ropa interior. A cambio, Roshi le dará una de las codiciadas esferas del dragón. Bulma accede y se levanta la ropa, pero... ¡Oh! ¡Sorpresa! Está desnuda. El perverso de Roshi le había sacado las ropas menores mientras ella dormía. Los quioscos cordobeses ya no reparten Dragon Ball. Los japoneses, en cambio, nunca repartieron más ejemplares de anime en su historia. Allí, las revistas de manga (unas 225) venden un mínimo de un millón de ejemplares semanales, a un precio que promedia los tres dólares y medio. Cuando nació Dragon Ball, la venta semanal trepó a seis millones.

"Es, sin duda, un fenómeno universal. Es mágico lo que pasa, ¿entendés? -se apasiona Orenstein-. Podés decir que es muy violento, capitalista, individualista... decir lo que se te antoje, pero los chicos se enganchan con eso. Llega un momento en que Dragon Ball es no criticable, es como Gardel."

Gardel, ahora, se llama Akira Toriyama y es uno de los hombres más ricos de Japón. Este historietista, creador de la criatura en 1984, vive en una estancia con más vigilancia que la Casa Blanca. Por decisión editorial no sale del país -y prácticamente tampoco de su casa-, no da entrevistas, no está en contacto con la gente, e incluso se le hizo construir un camino especial para llegar a la ciudad desde su morada.

Allí adentro nació una historia que a primera vista no parece excepcional: infinitos personajes buscan las siete bolas del dragón, capaces de cumplir los deseos de quien las encuentre. Entre ellos está Goku, un héroe con la misma popularidad de Panigassi, que llegó de otro planeta para destruir la tierra, pero sufrió un choque que le hizo perder la memoria. Desde ese golpe, Goku es un nene de doce años con cola de mono y fuerza hercúlea, devenido un guerrero de Primera A. En el medio, y como en todos los culebrones, los personajes -incluido Goku- crecen, mueren, se enamoran, se casan, se separan, reviven y vuelven a morir. Mientras tanto, aprovechan toda oportunidad posible para pegarse.

"Dragon Ball es de una sencillez muy extrema: es el mecanismo de la pelea -reflexiona Pablo de Santis, autor del libro La historieta en la edad de la razón-. Es tan sencillo que a los chicos les atrae. En el cartoon lo fuerte era otra cosa: con Tom y Jerry había violencia, pero el fin era humorístico. Con los japoneses, la finalidad de la violencia es la identificación del chico con esos personajes con superpoderes."

-Muchos dirían, entonces, que los anime alimentan la violencia infantil.

-No hay que equivocarse. La violencia es de origen social. Si el chico no diferencia un plano real de uno simbólico es porque tiene un problema de simbolización, pero no de violencia inducida.

Leandro Oberto tiene ojos de agua. Leandro tiene veintipico y es director de la revista Lazer (especializada en manga y anime) y dueño de la editorial Ivrea, que está editando el comic de Ranma 1/2. Hasta hace un tiempo, conducía por Magic el programa El show del anime. Pero un día decidió denunciar los cortes en su revista. No, no intenten ahora buscarlo en pantalla.

Leandro es un fanático, pero de los inteligentes, y cuando se molesta los ojos de agua le brillan como en los dibujitos. "Es una estupidez -se indigna-. Magic tiene una estructura de que debe ser apto para todo público las 24 horas, pero compra productos que llegan a América latina apuntando a un público mayor. Creo y me han dicho que una de las razones por las que se vieron obligados a apostar más al anime es que Saban Entertainment, una de las mayores productoras de cartoons, hace poco se asoció con la Fox. Desde entonces, hay un contrato de exclusividad que dejó afuera a muchos canales de América latina, entre ellos Magic. El resultado es que tuvieron que apostar a otro mercado y fuerzan las series para que sean para chicos, y muchas veces hay tantos cortes que no se entiende lo que pasa. La trama no la censuran tanto, pero si aparece un pecho lo quitan."

De censurar la trama se encargan en México, el lugar donde se realizan los doblajes: reemplazan toda frase provocativa o con referencia al sexo (en una piscina, el comentario "qué lindos pechos" se transforma en "qué linda está el agua"), y doblan a los hombres afeminados como si fueran chicas.

Dicen que Sailor Moon -un boom comercial entre las nenas argentinas- es una de las series que dan más trabajo. La historia consiste en unas guerreras galácticas comandadas por Sailor Moon, que invierten su tiempo libre en salvar el universo de sus problemas. Como Superman, ellas también parecen gente común: van a la escuela, se esclavizan con dietas y modas y flirtean con chicos. Pero en la primera saga (son cinco), los principales villanos son dos guerreros: Malachay, un galán con tersos cabellos al viento, y Zoycite, un muchachito que hace todo lo posible por conquistarlo. Pasado por el tamiz mexicano, Zoycite es presentado con una dulce voz femenina y pasó a ser la amiga algo brusca de Malachay. Hay dos guerreras, Haruka y Michiru, que también se aman.

"Muchas veces se le echa en cara al manga que es violento o pornográfico -se molesta Orenstein-, pero lo principal es que violentos son lo que eligieron los editores occidentales, que nada saben de la cultura oriental y descartaron historias de mayor profundidad".

Los japoneses no piensan sólo en eso. Tienen también historietas especializadas en poesía, deportes, policiales, golf, negocios y hasta geopolítica internacional. Silence Service, por ejemplo, es un submarino nuclear que se declara nación independiente y amenaza con desatar una guerra nuclear si todas las naciones del mundo no se ponen de acuerdo para lograr la paz. La historia no es un juego de barquitos: está basada en libros de geopolítica y hasta el Ministerio de Relaciones Exteriores de Japón ha utilizado el manga como tesis de conflicto. Aquí, mientras tanto, tenemos a Goku, Ranma y las Sailor Scouts. Ideales para asesorar a la Cancillería en materia de relaciones carnales.

LA NUEVA OLA AMERICANA

Hasta Los Simpsons, los cartoons norteamericanos eran, visto con ojos de fin de milenio, bastante ingenuos. Después de ellos florecieron nuevas criaturas -como Ren & Stimpy, Beavis and Buttthead, Pinky and the Brain, Duckman y The Critic- que aprovecharon el boom para seguir burlándose del cartoon tradicional. A modo de ejemplo, dos dibujos que demuestran que Estados Unidos no sólo vende ingenuidad: South Park (sabados, a las 23, por Azul, y próximamente en un largometraje): En un principio, Magic Kids quiso comprar la versión. Pero desistió cuando vio algunos capítulos: en la serie aparecen elefantes apareándose con chanchitos, veteranos de Vietnam mutilados, seguidores de Hitler y Jesucristo en un cuadrilátero a las trompadas con Satajos que demuestran que Estados Unidos no sólo vende ingenuidad. Futurama es la última creación de Matt Groening, el de Los Simpsons. Futurama transcurre en el año 2999. Allí se ve la historia de Fry, un repartidor de pizzas que accidentalmente es congelado en un laboratorio de criogenia en 1999 y despierta mil años después. El contexto es ciertamente desolador: en Futurama hay cabinas para suicidarse y publicidad en las almohadas para inducir al público a comprar mientras duerme.

Texto: Josefina Licitra

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/211640-dibujos-animados-br-made-in-japan>]

Viernes 22 de octubre de 1999

Los dibujos, un boom animado

La producción japonesa en el lucrativo mercado de la animación es, después de la estadounidense, una de las más prolíficas y populares en el mundo entero.

Varios de sus títulos se exhiben de manera constante en la televisión argentina (tanto abierta como en cable), mientras que la compañía Plus Video ha sido la encargada de editarlos en cajita.

Mientras aquí todavía no han llegado a las salas los principales largometrajes cinematográficos ("Princesa Mononoke", "Pokémon-la película"), la pantalla chica y el video están plagados de productos nipones que han despertado fuertes controversias por sus contenidos, a los que muchos especialistas consideran nocivos para el público infantil.

Plus Video anuncia para fines de este mes el lanzamiento de tres volúmenes de la serie "Pokémon", mientras que en su catálogo de venta directa aparecen varios títulos de "Dragon Ball Z", "Ranma 1/2", "Los Caballeros del Zodíaco", "Sailor Moon" y "Los Súper Campeones". Animación japonesa para todos los gustos.

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/158283-los-dibujos-un-boom-animado>]

Miércoles 8 de diciembre de 1999

Los estrenos de cine de la semana

El fuego se multiplica

"Dragon Ball Z" llega simultáneamente al cine y al teatro

Pasado mañana, los personajes de "Dragon Ball Z" saltarán una vez más de su hogar televisivo a los cines y un día después harán una incursión en el teatro. Estos dibujos animados japoneses que hace años fascinan a los chicos de todo el mundo -los argentinos incluidos- mostrarán sus acrobacias y peleas tanto desde pantalla de cine como desde un escenario teatral.

La película, "Dragon Ball Z III. Guerra en los dos mundos", fue realizada por los mismos productores que se encargan de la serie televisiva. En realidad, este film de 1990 -que llega mañana a la pantalla grande local- funciona a modo de continuación de ciertos capítulos vistos por televisión. Aquí son emitidos por el canal de cable Magic, todos los días, a las 13 y a las 19.30.

Para los fanáticos de las aventuras de Goku y el resto de los guerreros que andan detrás de las esferas del dragón nada mejor que esta película en la que podrán ver qué sucedió después de que Goku fue enviado al más allá, mientras en la Tierra se disputaba un torneo de artes marciales. La presencia de los villanos Bojack y Janemba provoca que deba realizarse la primera fusión de los héroes Goku y Vegeta. Juntos darán vida a un nuevo personaje de increíble poder, Gogueta.

En beneficio de los espectadores más pequeños la película está doblada al castellano y su humor, cercano al doble sentido sólo apto para adultos, fue prácticamente eliminado. Esta es la tercera película de Dragon Ball que se estrena en la Argentina.

Un clásico del animé, las historietas japonesas, esta saga épica logró saltar sin mayores dificultades del papel a la televisión y de allí al celuloide. Ningún medio, salvo la radio, parece haber quedado al margen de la manía de las esferas del dragón, e incluso la industria discográfica cayó en la volada: el pasado año fue editado un CD con las mejores canciones de la serie.

ENCUENTROS CERCANOS

Para aquellos que prefieren el contacto directo con sus ídolos, el próximo viernes será el momento tan esperado, ya que, en el teatro Gran Rex, se estrenará "Dragon Ball Z" en vivo. Este espectáculo llega a la Argentina en el marco de una gira mundial que les permitirá quedarse en el país para brindar una función este fin de semana y posiblemente otras tres el próximo.

Esta obra, que cuenta con el visto bueno de los estudios Shueisha Toei Animation, donde se produce la serie televisiva, permite no sólo que los personajes más conocidos por los fanáticos cobren forma humana sino que también cuenta con una importante batería de efectos especiales. Entre ellos, uno de los trucos más festejados por el público es aquel que permite que Goku vuele por toda la sala.

Entre los 25 actores que forman esta compañía mexicana conviven acróbatas, gimnastas y varios expertos en artes marciales. El equipo de producción, encabezado por el director, autor y director de la obra, Alejandro Gou Boy, se ocupó de lograr que las máscaras y el vestuario de la obra fueran respetuosos con las caracterizaciones originales.

El espectáculo relata la historia de Goku, desde que es un niño hasta que, ya adulto, se enfrenta con sus mortales enemigos en la búsqueda por las siete esferas del dragón. Este show, al igual que la película, combina acrobacias y vistosos enfrentamientos con antiguas leyendas orientales.

Junto a Pokémon (cuyo primer film se estrenará en Buenos Aires el 25 del actual), Dragon Ball es uno de los productos de animación japonesa con mayor aceptación del público, más allá del formato en que se presente.

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/164176-el-fuego-se-multiplica>]

El futuro se dibuja con ruido y sin poesía

"Dragon Ball Z III. Guerra en los dos mundos". Producción japonesa de dibujos animados en colores presentada por Distribution Company. Hablada en español. Guión: Akira Toriyama. Música: Keiju Ishikawa y Tetsuji Hayashi. Dirección: Shigeyasu Yamauchi. Duración: 91 minutos. Apta para todo público. *Nuestra opinión: Regular*.

Mucho tiempo pasó desde los cándidos dibujos de Walt Disney, desde un Popeye dispuesto a las más atrevidas e ingenuas aventuras para conquistar el amor de Olivia o desde una Betty Boop de ojos asombrados y andar apicarado. Estos eran tiempos en que los pequeños espectadores cinematográficos disfrutaban de plácidas sensaciones que partían de una pantalla plateada por la que desfilaban la ternura de Bambi, la simpatía de Dumbo o la audacia de algún héroe que defendía la justicia contra la injusticia con astucia y cierto refinado gusto.

Pero todo cambia. A veces, para mejor; otras, para peor. Y el cine, una forma de cultura y enseñanza para un público todavía inmaduro, decidió, al compás de las más modernas tecnologías, insertarse en una forma de violencia descontrolada, de personajes siniestros, de situaciones alejadas de nuestra más inmediata realidad. Así nacieron y crecieron los nuevos dibujos animados que sepultaron en la bruma del tiempo la emoción y la poesía de aquellos *cartoons* ingenuos que los más veteranos recordamos entre degustación de caramelos y ojos asombrados en la penumbra de algún cine de barrio que también es historia.

Y así, desde la televisión, nació la serie de los Dragon Ball Z, que, como el camaleón, se transforman en múltiples personalidades para, como espadas justicieras, hacer frente a la maldad personificada por seres de otros planetas. Tan estrambóticos personajes creados por el japonés Akira Toriyama debían pasar de la TV, su exitosa cuna, al cine.

En 1998 se lanzó el primero de estos films, al que siguió, a comienzos de este año, el segundo. El éxito acompañó estas aventuras, dio paso a un importante negocio de merchandising e invitó a una tercera película que, ahora, llega sin demasiada imaginación y con una fórmula repetida hilvanada en torno de un guión en el que la violencia desmedida es el eje de tal cantidad de golpes, corridas y artes marciales que sepultan sin remedio un argumento nada imaginativo.

CONFUSIÓN Y ARBITRARIEDAD

Es muy difícil (y, además, innecesario) dar un somero bosquejo de lo que ocurre en esta tercera parte de "Dragon Ball Z". Todo es confuso y arbitrario, pleno de destellos lumínicos y rostros monstruosos, música con muchos decibeles de más y una acción que está al servicio de la extrema violencia y de la moraleja más sabida.

Pero como los veteranos en cuestiones cinematográficas todavía seguimos creyendo que el séptimo arte debe, entre muchas otras cosas, dejar un mensaje cálido en los niños, puede ser que estos alucinados personajes pierdan su vigencia sustentada por el terror y las guerras intergalácticas. O, por el contrario, quienes continuamos aferrados a la nostalgia seamos mirados como dinosaurios insertos en un mundo que ya arrasó con los valores más nobles del ser humano

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/164289-el-futuro-se-dibuja-con-ruido-y-sin-poesia>]

Jueves 9 de diciembre de 1999

CINE: CRITICA

Una contradicción ambulante

Dragon Ball Z III reitera la abundancia de colorido y acción de este fenómeno seriado.

ANIBAL M. VINELLI

Por estar los títulos en los signos de su idioma original, es imposible saber cuál es y de qué año entre los 13 largometrajes, 2 telefilmes, 2 realizadas para video e incontables episodios surgidos de la serie. Y quizás poco importe, menos para su público de infantes y adolescentes.

Dragon Ball Z III: Guerra en los dos mundos, sobre las creaciones del dibujante Akira Toriyama, es una suerte de contradicción ambulante, por un lado un fenómeno mundial que lleva más de una década como una máquina de hacer dinero. Y, por el otro, ni siquiera el exponente más distinguido en la animación oriental, lejos de Akira, Porco Rosso o la inminente Princesa Mononoke: los dibujos guardan la perpetua característica inexpresiva, los movimientos mecánicos y bocas abiertas y muy redondas.

Su fuerte, ya que no la lógica, es la acción pura y una escala de valores por lo menos discutible, con jóvenes superhéroes -encabezados por el líder Gokú y una legión de amigos y más de un relevo cómico o algo así- que película tras película enfrentan a monstruos de todo nivel, si es que alguno. Y como nadie se atrevería a matar a la gallina de los huevos de oro (y yenes, dólares, pesos y florines), descuenta que, por más que Goku pase a otra dimensión, habrá de reaparecer en la siguiente entrega.

Menos mística que arbitraria, esta cadena del delirio prosigue en la ocasión con un torneo de artes marciales que Gokú vigila desde el cielo, hasta que la gravedad de la situación lo obligue a intervenir. Porque una constelación de espantos abusivos, que incluye a Hitler y una división Panzer, amenaza con dominar la Tierra.

El espanto mayor, salvo que uno quiera enriquecerse con ella, es la película misma, todo un monumento a la reiteración que hasta se permite un par de flatulencias: ¿para qué detallar?

Existe, sin embargo, una suerte de justicia divina: como el filme es tan horrendo para un espectador de buen gusto, éste podría entretenerse mirando a la platea. En la première (se la podría llamar así) organizada para periodistas e invitados especiales, una multitud, que había integrado una cola de dos cuadras, colmó hasta los pasillos de la sala: ¿qué se hizo de las normas de seguridad? Y en los 10 minutos previos al comienzo y aun durante los 5 iniciales, con entusiasmo digno de mejor causa, arrojaba botellas de plástico y objetos diversos, profería alaridos ininteligibles y matizaba la espera con algunos rounds de amigable boxeo callejero.

FICHA: DRAGON BALL Z III: GUERRA EN LOS DOS MUNDOS

Japón, 90, apta todo público. Género: dibujos animados. Dirección: Shigcyasu Yamauchi. Salas: Monumental, Belgrano Mala

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/09/c-00602d.htm>]

Otro secreto japonés

Por MARCELO PANOZZO

En el Japón que no miramos hay un señor venerable que se llama Hayao Miyazaki, nació en Tokio en 1941, y es señalado como el único genio que dio el dibujo animado en la era post Walt Disney. John Lasseter, el responsable de Bichos y las Toy Story, dice que no pasa día sin aplicar las enseñanzas que extrajo de los filmes de Miyazaki. Barry Cook y Tony Bancroft erigieron su Mulan casi como un homenaje, apto para occidentales, al director japonés. Y la propia Disney se está haciendo cargo de la distribución de sus películas en los Estados Unidos. Ningún filme de Miyazaki se estrenó comercialmente en la Argentina, pero hace tres años se pudo ver por HBO la deliciosa Mi vecino Totoro (1988) y algunos otros títulos (Porco Rosso, El castillo de Cagliostro, Kiki's Delivery Service) se consiguen en video en comiquerías porteñas. Pero en 1997 Miyazaki alumbró una obra maestra tan evidente, que tras dar la vuelta al mundo y ser ampliada convenientemente vía su estreno en los Estados Unidos, es posible que llegue hasta aquí.

La princesa Mononoke viene precedida por estadísticas extrañas para una película de animación: dura 2 horas y 15 minutos y es el título más visto en la historia de Japón. Su acción se ubica alrededor del siglo XV, está atravesada por el folclore, la historia y la lucha de sexos y clases, y en su centro ubica una parábola de alcances actuales acerca de la evolución humana y sus efectos sobre el medio ambiente. Mononoke es como si todos los monstruos de Pokémon alcanzaran un grado de extrema conciencia sobre cada uno de sus actos: cuáles son los costos y los beneficios de la guerra y la paz, de la creación y la destrucción. La película es más violenta que Dragon Ball, está mejor dibujada que El Rey León y es un complejo, profundo cuento de magia y pérdida apto para audiencias de 10 a 100 años.

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/17/c-00505g.htm>]

Los contenidos de la TV, tema de debate

Por [Jorge Rouillon](#) | LA NACION

López precisó que el mes próximo abrirá a discusión los contenidos en la televisión. Indicó que no se pretende censurar las opiniones, pero sí discutir las formas y el lenguaje -oral y visual- en la TV. Serán convocados en una gran mesa de consenso los dueños de los canales, las entidades del sector, los anunciantes, las iglesias, otras organizaciones sociales y el Gobierno para fijar pautas. Estimó sensato consultar a televidentes, psicopedagogos, especialistas, para acordar "una reglamentación que tenga sentido".

"La ley (por la 22.285) me permite un margen de discrecionalidad terrible, que no quiero tener", expresó. Hizo notar que "hay que evitar la utilización política", aludiendo a la campaña *Menem lo hizo*, que se solventó con una compensación de deudas de los canales con el Comfer. Quiere evitar la posibilidad de canjear sanciones por favores.

Señaló también la intención de tener líneas telefónicas abiertas para recibir reclamos de los televidentes y realizar encuestas para saber qué dice la gente.

Afirmó, al mismo tiempo, que "hay cosas que no se negocian, como el horario de protección al menor".

Al respecto, la delegación pampeana del Comfer produjo un informe sobre "Ranma y 1/2", un dibujo animado japonés que se emite en videocables de todo el país por la señal Magic Kids. Ranma es un guerrero que cuando se moja se transforma en una insinuante joven, a la que un enano persigue con fines sexuales. La serie se emite por un canal infantil a las 12, a las 18 y a las 23. En una escena, en un parque, dos hombres hipnotizan a Ranma mujer y la obligan a desnudarse. Cuando se saca la blusa, un enano perverso se abalanza sobre ella y le succiona los pechos. Una madre que veía el programa con sus hijos realizó la denuncia, sorprendida por una escena sexual que le indignó.

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/2472-los-contenidos-de-la-tv-tema-de-debate>]

El animé, historia de una pasión

Fanáticos: anteayer, una de las actividades del festival de cine llenó el cine Cosmos de seguidores de la animación japonesa.

Por [Natalia Trzenko](#) | LA NACION

Una imagen repetida. La gente hace cola frente a un cine y espera el momento en que pueda ingresar en la sala. Anteayer, en el Cosmos, todo parecía igual, y sin embargo la diferencia era evidente. Los fanáticos del animé habían llegado al encuentro de cine independiente. Pensada como una actividad de cierre y al margen del mismo margen, el seminario "Japan Edge: historia secreta del animé", convocó a un gran número de *otakus*, esas personas obsesionadas con los dibujos animados japoneses, fascinadas con sus máscaras de ojos enormes. Sentados en butacas, pasillos y escaleras del cine, jóvenes y adultos escucharon atentamente cada palabra de Carl Horn, uno de los especialistas en cultura pop japonesa, que llegó a Buenos Aires para develar los secretos de un medio cuyo poder es evidente, aunque misterioso para la mayoría. Este periodista, responsable de la edición norteamericana de "Evangelion", el dibujo más importante de la década de los noventa, se ocupó de trazar la imaginaria línea de tiempo que va desde fines de la Segunda Guerra Mundial hasta el próximo siglo. Virtualidad, presente, pasado y futuro se fundieron en un discurso académico, casi científico.

Los más jóvenes entre los presentes, chicos que no superaban los doce años, se sorprendieron cuando, en vez de ver imágenes de sus series favoritas, como "Dragon Ball Z" o "Los caballeros del Zodiaco", Horn y su socio, Patrick Macias, comenzaron su exposición con la que es considerada la primera película de animé, "Momotaro: el soldado sagrado del mar". A partir de allí, dibujantes, productores y directores fueron conectados entre sí como verdaderos artistas de vanguardia, un status del que pocas veces gozan. Los títulos de las películas y los nombres de sus responsables parecían un trabalenguas para la traductora, que superó el momento y dejó conformes a los expositores y al público, críticos implacables de una materia que conocen a la perfección. Al final, las preguntas de rigor quedaron olvidadas ante la desesperación de los presentes por comprar algo del material gráfico que ofrecían Horn y Macias, felices de visitar un país en el que hoy es posible encontrar animé en cualquier quiosco de revistas, a la vuelta de la esquina

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/13420-el-anime-historia-de-una-pasion>]

Viernes 5 de mayo de 2000

Televisión

Animación japonesa

Evangelion, Saber Marionette J y Japanimation

El animé está en boca de todos. Los chicos se enloquecen con series como *Pokémon* y *Dragon Ball Z* y los más grandes con títulos como *Saber Marionette J*, *Evangelion*, considerada un objeto de culto.

Locomotion, la señal de animación destinada a una audiencia de entre 18 y 35 años, y que sólo llega a los abonados de DirecTV y Telecentro, apuesta a producciones de este tipo para ganar un público sediento de este género.

Saber Marionette J. La historia transcurre en Japoness, un país donde no existen las mujeres. Para suplirlas, los habitantes construyeron androides llamados Marionettes. Estas mujeres robots fueron diseñadas para realizar tareas manuales y servirles a los hombres (¡qué pueblo machista!). El personaje principal es el joven Otaru Marmiya, que descubrirá a tres Marionettes equipadas con un circuito que les permite sentir emociones. Para agregarle un condimento que nunca puede faltar en una serie de animé, habrá enfrentamientos con otras Marionettes que quieren apoderarse de Japoness. Lunes a viernes, a las 17.30, 20.30 y a la 0. Sábados y domingos, a las 23.30.

Evangelion. Esta alquimia futurista, llena de influencias psicológicas y referencias religiosas, fue capaz de resucitar a la animación japonesa y convertirse en un objeto de culto. El 13 de septiembre del año 2000 un enorme meteorito impactó con la Antártida, lo que causó un estado de crisis y catástrofes naturales. La mitad de la población murió y los gobiernos se vieron alterados. Ya pasaron 15 años desde el impacto y Tokyo-3 (la nueva Tokyo) fue atacada por un misterioso ser orgánico gigante. Para hacerle frente se crearon unos robots gigantes llamados Evangelions, que sólo pueden ser piloteados por chicos de 14 años -es decir, concebidos en el año 2000- que reúnan una serie de características. Lunes a viernes, a las 17, 20 y 23.30. Sábados y domingos, a las 23.

Japanimation. Esta semana en el ciclo dedicado a lo mejor de la animación japonesa se pasará *Burn Up Warrior*. La historia tiene como protagonista a un grupo antiterrorista secreto, conformado por mujeres. Con acceso a las armas más modernas combaten el crimen a su estilo. Mañana, a las 21.

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/191816-animacion-japonesa>]

Aportes

El deber de los padres y los canales

¿Cuántas veces, frente a la pantalla del televisor, nos preguntamos por qué emiten estos programas dentro de los horarios que se consideran de protección al menor?

También nos preguntamos por la exasperación del lenguaje que practican algunos programas: no se limitan a utilizar palabras que años atrás nos habrían sobresaltado -y que actualmente forman parte del decir habitual-, sino que las reiteran, las fuerzan, las exprimen intentando sacarles el máximo de su eficacia simbólica. Hasta agotarlas y transformarlas en un tic para quien las pronuncia y en un ruido molesto para muchos de quienes escuchan.

El Comfer decidió avanzar en este territorio poniendo en acto los artículos de una legislación existente, ajustando las sanciones a las empresas responsables y modificando la banda horaria de las emisiones.

De modo que se reabrirá un antiguo debate que para este modelo cuenta, por lo menos, con dos niveles de análisis: 1) respecto de las familias y de los chicos en particular, 2) respecto de las empresas productoras y emisoras, que serán las que arriesguen pagar una multa en caso de transgredir la legislación.

Mi práctica profesional sugiere que, formando parte de un estilo de vida, son incontables los hogares en los que los chicos son quienes deciden qué es lo que sintonizarán en tevé. Niños y adolescentes aparecen *campeonizados* frente a padres agobiados por sus problemas económicos y confundidos acerca de aquello que como padres les corresponde cuestionar; dicho sea simplificando el análisis y sin olvidar a las familias que proceden de otro modo.

UNIÓN DISCRIMINATORIA

No menos significativo puede resultar el encuentro familiar frente a determinadas emisiones de tevé cuando los chicos comparten con sus padres la carcajada que festeja la humillación de mujeres que participan en programas donde se las caricaturiza al presentarlas como imbéciles o como histéricas.

Esta alianza entre los padres y los canales de tevé enseña y promueve discriminación contra el género mujer, es decir, arriesga transgredir una legislación específica. Y vulnera otra ley incorporada en la Constitución Nacional, que se refiere a las diversas formas de violencia contra las mujeres.

Este punto corresponde al segundo nivel de análisis, que atañe a los contenidos de los programas que forman parte de las responsabilidades de emisoras y productoras. Responsabilidad que incluye la proliferación de películas y noticieros cuyos personajes se convierten en número de una serie; al caer bajo las balas del protagonista, cada uno será rápidamente reemplazado por otro, carentes de identidad humana. Al mismo tiempo, se naturaliza la pérdida de vidas que no se identifican como humanas.

Puede argumentarse que cualquiera de las violencias enunciadas forma parte de la información objetiva que proviene del mundo que nos rodea y parecería que estamos más o menos preparados para enfrentarla o asumirla; pero la información que aportan los medios acerca de la violencia se constituye en enseñanza de lo nuevo, más allá de aquello que estaba originalmente en el mundo que nos rodea; conjeturamos que el aprendizaje, la incorporación de lo que no estaba dado en el entorno familiar y social, sino provisto por la cultura de los medios, es lo que convierte en aplicables las enseñanzas de las prácticas violentas en la vida cotidiana.

Este planteo, que deriva de las ideas de Amartya Kumar Sen, premio Nobel de Economía en 1998, remite, por extensión, a las funciones de filtro informativo que cumplen los principios éticos personales, que son el resultado de un compromiso social y que actúan seleccionando aquello que se considera relevante, sin desdeñar la importancia del remanente representado por quienes pueden no coincidir con esos principios. La información que puede derivar de los medios y que los chicos incorporan veloz y eficazmente es obvio que no encuentra en ellos la contrapartida de principios éticos instalados sólidamente.

La constricción, o la limitación informativa respecto de las violencias no depende exclusivamente de los contenidos propuestos, sino de quienes habrán de recibirlos. Si bien no podemos predecir con certeza los efectos que, en cada niño podrían estar asociados a la incorporación de dicha información, en cambio sabemos que privilegiar determinados principios capaces de activarse como filtros informativos forma parte de la ética de las prácticas políticas; siempre que los principios no desemboquen en dogmatismos paralizantes, y mantengan su identidad como orientadores coyunturales en el abordaje de determinados problemas.

LA LISTA DE DIBUJOS EN LA MIRA DEL COMFER

- ♦ Para el Comfer, los dibujos animados tradicionales, como "Popeye" y "Tom y Jerry", presentan la violencia en su registro imaginario.
- ♦ En otros casos, como "Dragon Ball Z", "Caballeros de zodíaco" y "Evangelion", la violencia asume características que la vinculan con la dimensión de la muerte en su registro real.
- ♦ Otras animaciones que están siendo evaluadas por el organismo son: "La vaca y el pollito", "Pokémon", "Ren & Stimpy", "Sailor Moon", "Las chicas superpoderosas", "Robin" y "Los Simpsons".

EVALUACIÓN DE DIBUJOS ANIMADOS

“SOUTH PARK” AZUL/LOCOM

Emisión del 12/2/2000, a las 23.

Ejemplo: Scott acaba de desearles a los chicos un cáncer en la cabeza.

Terence: -¡Uauu! Scott nos odia a muerte, Phillip.

Phillip: -Sí. Debe ser homofóbico. Terence: -Pero no somos pu..., Phillip.

Phillip: -¡Ah!, ¿no?

♦Conclusión del Comfer: no infringe la ley por su difusión fuera del horario de protección al menor.

“RANMA Y 1/2” MAGIC KIDS

Emisión del 1/11/99, a las 12.23.

♦Ejemplo: Ranma toma un balde con agua y se lo echa encima. Se advierte una transformación en una joven adolescente. Con ambas manos desabrocha su camisa y le muestra al anciano la parte superior de sus senos. Sobre el rostr o de éste se dibuja una amplia sonrisa.

♦Conclusión del Comfer: ese capítulo de "Ranma y 1/2" es infractor.

♦

Por Eva Giberti Especial para La Nación

[Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/24065-el-deber-de-los-padres-y-los-canales>]

Viernes 21 de julio de 2000

Cine y video

Todo el animé

Los chicos de los ojos grandes están entre nosotros. La fiebre amarilla se expande en Buenos Aires con propuestas que van de los clásicos a los dibujos eróticos

Por [Fabiana Scherer](#) | LA NACION

Del fenómeno del animé y de sus contraindicaciones se habló hasta el hartazgo. Lo cierto es que los chicos y los que no lo son tanto cayeron rendidos a sus pies para rendirle culto.

En Buenos Aires, la fiebre amarilla no encuentra antitérmicos. Los dibujos de los chicos de ojos grandes se propagan en ciclos de cine, en la televisión, en los videos, en las revistas, en los más diversos juegos y en Internet.

La invasión nipona comenzó a ganar terreno mundialmente en los años 70, con series televisivas como *Heidi*, *Astroboy*, *Candy Candy*, *Meteoro* y *Mazinger Z*. Su difusión internacional se debe a Osamu Tezuka (1926-1989), el creador de *Astroboy* y *Kimba, el león blanco* y que terminó confirmándose con el impacto de *Akira*, de Katsushiro Otomo.

La pregunta del millón sigue siendo por qué el animé genera esta especie de adicción. Entre las razones se puede argumentar que los dibujos tienen los ingredientes justos de *occidentalización* que los hacen identificables y, como explica Jorge Contreras, programador de Magic Kids, éstos tienen la particularidad de tener contenido. "Hay una fuerte historia detrás, no son el clásico te persigo y nunca te atrapo. El contenido, y hasta a veces su trama complicada, hace que la disfruten de distintas formas chicos y grandes." Un gran porcentaje de los animé está basado en los mangas (comic japoneses). "Un 80 por ciento, aproximadamente -aclara Christian Aguirre, coordinador de los ciclos del cineclub Nocturna-. También están los que nacen exclusivamente para la televisión y para el cine y, para un videojuego, como *Pokémon* que después pasó a ser una serie y que a fin de año estrenará su segunda película."

Cuando se habla de animé no sólo es en referencia a los dibujos que ven los chicos en la tele. En Japón son parte de la cultura y están dirigidos a un público sumamente heterogéneo: niños, adolescentes, hombres y mujeres que gastan 8 mil millones de dólares al año en mangas, cifra a la que habría que sumarle todos sus derivados.

En la Argentina, el número de seguidores asciende y se diversifica ampliamente. Como ejemplo, no hay más que echar un vistazo a las propuestas que hay en esta misma página, que van desde el animé erótico, hiperviolento y hasta para los más chicos.

PEQUEÑO DICCIONARIO

Para que hables con propiedad acá van algunas definiciones imposibles de pasar por alto.

- ♦ **Animé.** Los japoneses denominan con este término a todos los dibujos animados. En Occidente sólo se utiliza para los dibujos japoneses. Muchos de éstos están inspirados en diferentes mangas.
- ♦ **Ova.** Es un animé creado especialmente para video.
- ♦ **Manga.** Comic japonés. Literalmente quiere decir imágenes involuntarias. El término lo puso Hokusai Katsushika en 1814 para dar sentido a la composición ágil. El *shoujo-manga* está dirigido a las mujeres, el *shounen-manga* a los hombres jóvenes y el *kodomo-manga*, a los chicos. El *h-manga* es el que tiene contenido erótico.
- ♦ **Otaku.** En Japón se llaman así a los fanáticos, en Occidente a los seguidores del manga y del animé.
- ♦ **Hentai.** De esta manera se denomina a la animación erótica japonesa. En su idioma original quiere decir pervertido.
- ♦ **Ecchi.** Es una variante soft del Hentai.

SER O NO SER

¿Cómo detectar un animé?

Ojos grandes e imágenes estáticas. Una de las mayores diferencias es la media animación. Los ojos grandes están hechos con la intención de ahorrar tiempo y dinero, la expresión pasa por ellos y no por lo

que puedan decir. El movimiento de la boca necesita de más tiempo. Para conseguir mayor velocidad, como en el manga, se valen de las líneas cinéticas.

- ♦ **Violencia.** El héroe, a diferencia de la cultura occidental, consigue la solución gracias al trabajo en equipo. Los malos en los dibujos nipones, por lo general, se arrepienten o son purificados, en esto influye la filosofía budista.
- ♦ **Muerte violenta.** La muerte y la violencia siempre están presentes en el animé y, habitualmente, van de la mano. Los combates cuerpo a cuerpo siempre son a muerte y con metas sagradas. También está implícita la vida después de la muerte.
- ♦ **Robots.** Los hay de todos los tipos. Son muy pocas las historias que no los incluyen.
- ♦ **Erótico.** Hay dibujos soft y explícitos. Como estereotipo femenino tienen a mujeres muy jóvenes, comunmente, vestidas de colegialas y con senos prominentes.

PARA VER EN LA TELE

- ♦ **Japanimation.** Este ciclo está dedicado a lo mejor de la animación japonesa para adultos y es muy recomendable. Mañana, se pasará *Sukeban Deka 1 & 2*, donde la astucia femenina es el motor de todos los conflictos. El sábado 29, se emitirá la primera parte de la producción basada en el manga *Go Nagai, Shuten Doji*. El 5 de agosto, será el turno de la segunda parte. Siempre, a las 21, por Locomotion.
- ♦ **Saber Marionette J.** Japoness es un país donde no existen las mujeres, sólo las *marionettes*, androides creados exclusivamente para estar al servicio de los hombres. En este país vive Otaru, que junto a tres *marionettes* muy especiales serán los encargados en mantener la paz. No apta para los chicos. Lunes a viernes, a las 17.30, 20 y 23.30. Sábados y domingos, a las 20.30. Por Locomotion.
- ♦ **Evangelion.** Indiscutida serie de culto e imperdible. Esta producción alquimista futurista traspasó las fronteras con una historia cargada de influencias psicológicas, referencias religiosas y una infaltable dosis de robots. Lunes a viernes, a las 17 y 20. Lunes, martes, jueves y viernes, a las 23.30. Sábados y domingos, a las 23. Por Locomotion.
- ♦ **Otros dibujos para adultos.** También por Locomotion se pasan episodios de *Cliffhanger*, de lunes a viernes, a las 15; sábados, a las 19.30 y domingos, a las 18.30. *El barón rojo* se emite de lunes a viernes, a las 15.30; y sábados, a las 19. El club del animé. Mariela Carril conduce este ciclo que según Jorge Contreras -el programador de la señal- intenta condensar la mítica del animé. Este fin de semana se exhibirán ocho episodios -divididos entre sábado y domingo- de la serie estreno *Detective Conan*, el investigador aficionado más famoso de Japón. También se pasará un informe sobre la *Princesa Mononoke*. Sábados y domingos, a las 2 y a las 20. Por Magic Kids.
- ♦ **Dragon Ball Z.** La creación de Akira Toriyama es la más vista de la señal, a pesar de que actualmente se exhiben capítulos repetidos. En septiembre se pondrán episodios estreno. Lunes a viernes, a las 7.30, 13, 19.30 y a la 0, por Magic Kids. Ranma 1/2. Tiene como protagonista a un joven experto en artes marciales que cada vez que se moja con agua fría se transforma en una pulposa chica. La creación de Rumiko Takahashi sigue generando polémicas. Lunes a viernes, a la 1 y a las 5, 8, 12 y 18. Por Magic Kids.
- ♦ **Los Caballeros del Zodiaco.** Tras un riguroso entrenamiento los jóvenes caballeros conforman una guardia de honor al servicio de Atena. Lunes a viernes, a las 3, 9.30, 17.30 y 21.30. Por Magic Kids.
- ♦ **Pokémon.** Las aventuras de Ash, Pikachu y sus amigos son un suceso mundial. Primero nació como un videojuego de Nintendo y luego pasó a ser una serie animada, un comic y una película. Lunes a viernes, a las 17, 22 y a la 1.40. Viernes, a las 22. Sábados, a las 17 y 22. Domingos, a las 17 y a la 1.40, por Cartoon Network. También de lunes a viernes, a las 12, se emiten episodios en el ciclo AzulToon que conducen Ramiro y Micaela, por Azul TV.
- ♦ **Digimon.** Es la apuesta fuerte de Fox Kids. Este dibujo creado por Akiyoshi Hongo tiene un cierto parecido a *Pokémon*. Esta serie de media hora sigue de cerca a siete chicos que junto a unas criaturitas digitales luchan contra el mal. Lunes a viernes, a las 17.30 y 21.30. Sábados, a las 17.30. Domingos, a las 17.30 y a la 0.30, por Fox Kids.
- ♦ **Súper cerdita.** La protagonista es una heroína muy especial: una adolescente que convertida en cerdita ayuda a combatir el mal. Lunes a viernes, a las 3, 11 y 15.30. Sábados, a las 3, 9.30 y 16. Domingos, a las 9.30. Por Fox Kids.

- ♦ **The Slayers.** Los justicieros se emiten dentro del ciclo *Pulgas en el 7*, de lunes a viernes, a las 17.30, por Canal 7.

CICLO POR CICLO

- ♦ **Cine Animé Ideal para adolescentes.** El martes y el miércoles se pasará la serie completa doblada al castellano, *Vampire hunter*, de Satoshi Ikeda. Muchos la consideran como una obra maestra de la animación japonesa de terror. Se trata de una de las Ova más aplaudidas por la crítica. Los menores de 13 años deben concurrir acompañados por un mayor.

El jueves se emitirán tres capítulos, doblados al castellano, de *Generator gawl*. Una historia rabiosa cargada de combates. No recomendada para menores de 7 años.

Todas las funciones se realizan a las 16, en la sala A-B del Centro Cultural San Martín; Sarmiento 1551. La entrada es gratuita y debe retirarse con una hora de anticipación.

- ♦ **¡Tokio en llamas!** El cineclub Nocturna rinde homenaje al mítico director de cine fantástico japonés Inoshiro Honda. El ciclo está acompañado por clásicos personajes del animé de la televisión. Hoy se exhibirá el primer animé en colores de la historia, *Kimba, el león blanco* (1965). *El rey león* de los estudios Disney le debe mucho, aunque no lo reconozcan. Seguido se pasará *King Kong vs. Godzilla* (1962). El próximo viernes será el turno de *Gigantor* (1964), considerado como el segundo animé hecho para televisión y *Godzilla vs. Liula* (1964).

A la 0.30, en la sala Batato Barea del Centro Cultural Ricardo Rojas; Corrientes 2038; 4954-5521. Entrada, \$ 3,50.

- ♦ **Record of Lodoss War** En el ya clásico espacio dedicado a los dibujos japoneses que coordina Andrés Denegri y por el cual desfilaron joyitas como *Cowboy bebop* se pasan, todos los lunes, diferentes episodios de *Record*. ... Se trata de una serie épica de 13 capítulos que cuenta con un excelente diseño de personajes y fondos y una de las más importantes musicalizaciones. Este lunes se emitirán los capítulos 7, 8 y 9. El 31, los restantes. Para agosto está previsto un ciclo que recorrerá las diferentes obras de la mítica productora de *Evangelion*.

Todas las funciones son a las 19:30, en el C.C.R.Rojas, Corrientes 2038; 5954-5521. Entrada \$ 3, 50.

- ♦ **Hentai** Otrocampo, estudios sobre cine, y cineclub Nocturna organizan esta muestra de animé erótico que se realiza todos los sábados, a las 23.30, en La Ideal. Mañana, se exhibirá *New Angel 2*, de Hiromitsu Oota, donde el protagonista se mete con mujeres mayores que él. Una de las chicas juega al tenis sin ropa interior para seducirlo. El próximo sábado será el turno de la muy subida de tono *Sakura Mail*, también de Oota. En esta historia Toma, la protagonista, descubrirá que su prima está enamorada de ella desde que eran dos nenas.

Las funciones son aptas sólo para mayores de 18 años. En Suipacha 384. Entrada, \$ 3, incluye el pase a L«Ideal Party».

VIDEOS, DONDE CONSEGUIRLOS

No hay dudas de que la venta directa encontró en el animé su máxima estrella. Los dibujos nipones son los más buscados por los chicos y también por los grandes.

Desde hace varios años, la venta no sólo se limita a los videoclubes; las góndolas de hipermercados y de importantes disquerías son toda una tentación. La apuesta fuerte está fija en estos dibujos, sólo basta poner como ejemplo la gigantesca campaña que emprendió AVH a la hora de lanzar *Pokémon, la película* y el giro de 180 grados que dio Plus Video. Esta última editora tiene como plato principal las salidas de los episodios de los personajes de la tele, como la colección *Dragon Ball*, *Dragon Ball Z* (y sus tres películas) *Los caballeros del Zodiaco*, *Ranma 1/2* y *Sailor Moon*. También Plus Video sacó exclusivamente para alquiler una de las joyitas del animé *Akira*, de Katsuhiro Otomo.

Pero no todo se consigue en las góndolas, hay lugares donde se pueden encontrar clásicos, joyitas e imperdibles de dibujos para chicos, adolescentes y adultos. A continuación te recomendamos los mejores lugares:

- ♦ **Camelot Comics.** Acá se puede conseguir todo lo referido al animé, desde videos, bandas sonoras, libros, mangas, card game y los objetos más curiosos. Además, está la posibilidad de que si no lo tienen en catálogo lo podés encargar. También cuentan con una página en Internet (www.camelot-comics.com.ar) que da opciones a noticias, novedades, galería de fotos, trailers y a un vasto catálogo de videos y comics, por supuesto con la posibilidad de agregar al carrito. A diferencia de los conocidos catálogos hay un ítem que permite tener mayor información sobre el tema en cuestión. En Corrientes 1388; 4374-6152. Venta telefónica por el 4373-2902. Envíos al interior.
- ♦ **Mondo Macabro.** Es un videoclub especializado en el cine fantástico y bizarro. Una de las

adquisiciones más buscadas a la hora de alquilar es la colección completa de la serie nipona *Robotech*. Para asociarse se necesita la factura de un servicio, número de DNI y \$ 10 de inscripción. El alquiler es de \$ 3. También hay ventas de películas desde los \$ 10. Corrientes 1248, local 63; 4381-3376.

- ♦ **Club del Comic.** Es otro de los ya clásicos lugares de Buenos Aires para conseguir videos, merchandising, libros, comics y revistas especializadas. En Santa Fe 2014; 4823-6556. Corrientes 1620; 4373-8467. Lavalle 617; 4322-2088. Envíos a domicilio por el 4827-3428.
Internet: <http://www.clubdelcomic.com.ar>
- ♦ **Rayo Rojo.** Es un reducto más difícil de encontrar, pero imposible pasar por alto. En el subsuelo de la galería Bond Street, Santa 1670.
- ♦ **Meridiana.** Videos, libros, comics, card games y merchandising. Rodríguez Peña 1034; 4813-9514. Caballito Shopping, local 307; 4903-8000. Shopping Adrogué, local 255; 4239-1255.
- ♦ **Entelequia.** Fotos, calcos, card games, videos, libros y revistas. Talcahuano 470; 4371-0886. Juramento 2584; 4788-4521

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/191338-todo-el-anime>]

Miércoles 23 de agosto de 2000

CULTURA: GUIA PARA PADRES: TODO LO QUE HAY QUE SABER SOBRE LOS DIBUJOS ANIMADOS Y LAS HISTORIETAS

El cómic japonés hace furor entre chicos y adolescentes

Tiene más éxito que el estadounidense

- ♦ Hay revistas que tiran 50.000 ejemplares y ciclos a sala llena
- ♦ Y creció el número de estudiantes de japonés

PAULA ALVAREZ VACCARO

De uniforme azul y gris, Mariano busca un muñeco de Astroboy hecho en resina en una comiquería del centro. Lo mira detenidamente y, finalmente, se decide a comprarlo: paga 48 pesos por el raro ejemplar *made in Japan* que, según dice, colocará en su escritorio. Mariano tiene 10 años y no está solo: es **uno de los miles de fanáticos de los dibujos japoneses** de personajes animados o de historieta que, según el primero o el segundo caso, se llaman **animé o manga**.

En los últimos tres años, más de 150 comiquerías de venta de cómics estadounidenses y mangas japoneses han abierto sus puertas en todo el país. Y si bien los personajes norteamericanos tienen un enorme mercado, los manga y animé japoneses son los que vienen ganando la partida. **Se trata de un universo de personajes de ojos grandes y expresión de asombro permanente**, donde las chicas siempre tienen pelo largo, cintura de avispa y senos enormes; donde los guerreros y los robots luchan muchas veces unidos por la misma misión; y —esto es capital— donde el bien y el mal no son dos espacios separados sino dos aspectos que puede llevar el mismo personaje.

En los años 60 fue **Astroboy**, el chico de jopo negro que era un "niño" con poderes. En los 80 fueron **Robotech** y **Mazinger** y, a fines de los 90, la explosión plena con **Dragon Ball**. El fenómeno es tal que, incluso, en Estados Unidos lanzaron series dibujadas *alla japonesa*, como **Las chicas superpoderosas**.

El éxito de los manga y animé en la Argentina podría medirse con la cantidad de público que cada año visitó la feria **Fantabaires**, dedicada a la ciencia ficción y cómics y que este año se realizará en diciembre. Iniciada en 1996, esa edición llevó 6.000 personas. Al año siguiente fueron 25.000; en 1998, 40.000, y el año pasado superó todas las expectativas con unos 60.000 fanáticos.

Actualmente hay cuatro ciclos en la Ciudad de Buenos Aires sobre animé. En el Centro Cultural San Martín, todos los miércoles a las 20; en el Centro Cultural Ricardo Rojas, todos los lunes a las 19.30; uno de animé erótico, en la confitería Ideal, los sábados a las 23.30, y, en el cine Atlas Recoleta, distintas funciones que se anuncian en el sitio www.go.to/magnaanime. En cuanto a los manga, además de la venta en quioscos y comiquerías, hay un gran mercado de usados y de canje en el Parque Rivadavia y en el Centenario.

En el shopping Abasto y en una galería de Acoyte y Rivadavia, los más chiquitos se encuentran para hacer lo que antes se llamaba cambiar figuritas: hoy son las cartas de **Pokémon** y lo hacen frente a unos puestos de venta de las cartas de la serie que comenzó como un jugueto electrónico y hoy es un gran negocio multimedia.

Cada serie tiene sus seguidores y algunas son un verdadero éxito de convocatoria: el 2 de este mes, en el ciclo del Centro Cultural San Martín, **más de 400 chicos, adolescentes y hasta adultos** se acercaron a ver **Evangeline: Birth/Rebirth**, uno de los animé de mayor culto en la actualidad. "Quienes los siguen se encierran en el universo mitológico que el animé plantea y se lo toman muy en serio", cuenta Luis Ormaechea, organizador del ciclo. "**Evangeline** es muy especial: se trata de una especie de "nueva versión del Apocalipsis", en la cual Dios parece haberse cansado de su mayor creación, el hombre, y decide enviar a unos sujetos que se llaman "ángeles" para combatirlo", explica.

En **Evangelion**, las guerreras son mujeres y más de una vez, de acuerdo con la tradición japonesa donde el desnudo no está prohibido siempre y cuando no se vea vello púbico, las series tienen escenas "subidas de tono" para los criterios de la televisión occidental. Por eso, muchos canales las cortan para evitar posibles problemas.

El dibujo japonés casi no deja cuestión sin tratar: desde **temas ecológicos hasta existenciales, pero también asuntos relacionados con sexo y drogas** matizados con escenas de altas dosis de violencia. No son pocos los padres que se escandalizan a la hora de compartir la pantalla con sus hijos. "Es un error. Las series para chicos son como **Pokémon o Digimon**. Las demás son, en general, para adolescentes y adultos. El concepto de que el dibujo animado es para chicos está completamente fuera de lugar", aclara Gerardo Busto, dueño de Camelot, una comiquería considerada "el santuario" de los fanáticos.

El merchandising incluye desde muñecos, CD con la música de las aperturas y los cierres de las series, llaveros, tarjetas, pósters y todo lo que la imaginación pueda crear. **Los precios son variadísimos**: desde un peso por un paquete de cartas hasta unos 400 dólares por una nave o una estación espacial como la de la serie **Macross**.

El interés de los fanáticos parece ir más allá de las revistas, las series y el merchandising: hasta el idioma les interesa. Tal vez se deba a este furor que **los seis cursos de japonés que se dictan en el Rojas colmaron su capacidad** de, en el mayor de los casos, unos 50 alumnos. Según explica Ormaechea, el coordinador del ciclo del San Martín, la cultura del animé y el manga "muestra un mundo sin superhéroes, que valora el trabajo en equipo y donde ninguno es completamente bueno ni malo. Hay grandes contradicciones que se debaten en la filosofía japonesa: violencia y caos y a la vez búsqueda de paz y equilibrio".

"Son historias que relatan la trama de la corrupción del mundo. Existe todo lo que ya está, pero con fantasía e imaginación para poder crear tu propia defensa". Quien dice esto no es ni politólogo ni sociólogo: se llama Leonardo Suárez y tiene 13 años. Lo dijo comprando una revista en una comiquería de la avenida Corrientes, Buenos Aires, Planeta Tierra.

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/diario/2000/08/23/s-03601.htm>]

Miércoles 23 de agosto de 2000

ENTREVISTA CON LEANDRO OBERTO, EDITOR DE LAZER

El gurú del manga y el animé

Leandro Oberto y Pablo Ruiz son dos argentinos de 24 años fanáticos del animé, el manga y los cómics en general. También son dueños de editorial Ivrea, el sello que publica desde julio de 1997 (pronto sale el número 18) la que hoy es la revista sobre cómics en castellano más vendida del mundo: **Lazer**. Campo magnético para los fanáticos del animé, su director editorial, Leandro, es también una suerte de gurú al que cada mes le llegan más de 1.500 cartas y emails con encabezamientos como el siguiente: "Omniscientes capitanes del Olimpo del animé".

Con una tirada de 50.000 ejemplares, y una venta inmediata de 30.000, los números suelen agotarse a los pocos meses en las comiquerías de todo el país. **El 40% de la revista se vende en el interior**. El crecimiento de **Lazer** también es insólito: cuando apareció vendía entre 5.000 y 6.000 ejemplares. "Somos empresarios a los que nos gusta lo que hacemos y somos fanáticos que decidimos sacar la revista porque en el mercado local no había nada similar", dice Leandro quien, además, publica **Ultra**, una revista dedicada a los cómics argentinos, y dos mangas que traducen directamente de la versión japonesa: **Ranma 1/2** y **Evangelion**, dos furores en el mercado local y mundial.

Ivrea es también la primera editorial que publica los manga japoneses en la Argentina con versiones locales "y pagando derechos de autor", tal como explica Oberto. Próximamente Ivrea editará tres nuevos mangas: **Fushigi Yugi**, **Slayers** y **Macross 7 Trash**.

¿Por qué la revista tiene tanto éxito? "Creo que lo que más les interesa a los chicos es que hacemos periodismo serio, no hay datos errados. Además, hablamos el mismo lenguaje que nuestros lectores y somos sinceros en las opiniones", contesta Leandro, a quien tanta sinceridad lo dejó afuera de la pantalla del canal Magic Kids, donde condujo "El club del animé" entre diciembre de 1998 y marzo de 1999. "Me sacaron porque critiqué al canal por la censura (lo que se llaman "adaptaciones") que ejercía en los animé y por las versiones que, a veces, eran bastante malas".

Ahora, con una página en Internet (www.editorialivrea.com) a la que ya visitaron más de 10.000 personas, Leandro y su equipo planean un programa propio de animé para televisión que, todavía, está en las preliminares. Mientras tanto, ocupan su tiempo en escribir, desde la primera hasta la última página, la revista que comenzó como una aventura y hoy los hace actuar como empresarios.

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/diario/2000/08/23/s-03705.htm>]

Sábado 14 de octubre de 2000

MARATON DE 52 HORAS DE EVANGELION

Sobredosis de animé

Locomotion emite, desde hoy y en continuado, todos los capítulos del dibujo animado japonés. Este fin de semana los fanáticos del animé tienen una oportunidad insólita: durante 52 horas ininterrumpidas la señal de cable Locomotion (114DTV) emitirá todos los capítulos de **Evangelion**, una serie de culto para los admiradores del género.

La maratón empezó hoy a las 5 de la mañana y continuará hasta las nueve de la mañana del lunes. Será una buena posibilidad para conectarse con uno de los mejores exponentes del animé japonés.

Evangelion se estrenó el 3 de octubre de 1995, en el canal TV-Tokio Network. Un mes después encabezaba el rating, un puesto de privilegio que mantuvo hasta la emisión de su último episodio, el 27 de marzo de 1996. Aún hoy sus fanáticos proliferan en Internet. Y, en Argentina, fue parte fundamental de la muestra Primavera Animada, el mes pasado.

El argumento de este animé, que muy pronto trascendió los límites del Japón para convertirse en un éxito en Occidente, es complejo. Todo comienza con la caída de un meteorito sobre la Antártida, el 13 de setiembre de 2000. Como consecuencia, el polo Sur se derrite, desaparecen las ciudades costeras y el planeta enfrenta las peores catástrofes naturales de su historia.

Catorce años después los sobrevivientes esperan el ataque del Tercer Angel, un misterioso ser gigante. Como estrategia de defensa, una organización de la ONU llamada NERV fabrica unos robots que reciben el nombre de Evangelions o Evas. Estos son máquinas de combate multi-propósito que, aunque tienen apariencia humana, carecen de alma y sólo pueden operar si están sincronizadas con un tripulante humano que haya nacido en el 2000. De a poco, los Evas dejan de ser máquinas defensivas para convertirse en una propuesta para la evolución artificial de la humanidad.

En su momento, Hideaki Anno –creador de la serie– declaró que el mundo de **Evangelion** estaba "decorado con una visión pesimista. En la historia encontramos a un muchacho de 14 años (Shinji Ikari) que considera estéril el contacto con otras personas. También a una joven de 29 años (Misato Katsuragi) que prefiere evitar los vínculos profundos con los demás. Ambos se sienten extremadamente temerosos de ser heridos por el entorno y carecen de esa agresividad que siempre caracteriza a los héroes".

Así planteadas las cosas, resulta claro que esta fantasía de atmósfera apocalíptica es mucho más que un dibujo animado. Más acertado sería describirla como una reflexión sobre el hombre y su futuro.

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/diario/2000/10/14/c-00601.htm>]

Jóvenes emprendedores

Las historietas japonesas hacen furor y generan miles de dólares

Leandro Oberto, de 25 años, se especializa en la publicación de comics orientales

Leandro Oberto tiene 25 años y no se arrepiente de haber abandonado la carrera de Economía que cursaba en la Universidad de San Andrés. La editorial que fundó el día que decidió "colgar" los libros ya factura un millón de pesos por año.

Fanático de las historietas, dio su primer paso comercial en el rubro hace ocho años, al instalar una "comiquería" en Barrio Norte. El local especializado fue el trampolín para el nacimiento de Editorial Irreal, que se focaliza en la publicación de revistas y libros dedicados al "manga", el nombre que asignan los japoneses a las tiras de historietas (a los dibujitos animados los llaman "animé").

Desde que personajes como Los Caballeros del Zodíaco o Dragon Ball hicieron su arribo a la pantalla de televisión local, hace cinco años, la pasión de los adolescentes argentinos por los superhéroes orientales ha ido creciendo en silencio, hasta convertirse en un fenómeno de consumo masivo. Oberto supo adelantarse a la tendencia y en 1996 convocó a Pablo Ruiz, un compañero de la secundaria, para emprender en sociedad un negocio editorial.

Durante el primer año no les fue nada bien. Los 50.000 dólares iniciales que destinaron al nacimiento de la editorial Ivrea se esfumaron rápidamente y tuvieron que aportar otros 50.000 para no fracasar en el intento. Los primeros productos fueron la revista Lazer, dedicada a noticias referidas al mundo del comic, y una línea de historietas norteamericanas. Estas últimas pasaron sin pena ni gloria, pero Lazer poco a poco comenzó a convertirse en una publicación de culto y hoy vende 30.000 ejemplares por bimestre.

La gran pegada llegó cuando en 1997 decidieron dedicarse exclusivamente a los comics japoneses. Tras la compra de los derechos para traducir y editar títulos como Ranma 1/2, y Evangelion, comenzó el despegue. En 1998 lograron ventas por \$ 200.000 y pasaron de trabajar en sus casas a hacerlo en una oficina con depósito, que hoy alberga a 15 personas.

"Se fue dando todo por el boca a boca. La revista Lazer se hizo cada vez más famosa entre los fanáticos de las historietas y así se disparó la demanda de libros", explicó Oberto. Cada uno de sus cuatro títulos actuales vende entre 6000 y 13.000 ejemplares por mes. Ivrea también publica una segunda revista bimestral llamada Ultra, cuyas ventas llegan a 10.000 ejemplares por edición, difundiendo historietas de dibujantes nacionales.

Las revistas y los libros se distribuyen en quioscos y en las cien comiquerías que existen en la Argentina. Sus lectores tienen entre 15 y 30 años y sus editores estiman que el 70 por ciento son hombres.

El mercado de las historietas en la Argentina tuvo su época de oro en las décadas de los 50 y los 60, con el esplendor de Editorial Columba y sucesos como El Eternauta o Patoruzú, pero languideció hasta mediados de los 80, cuando experimentó un leve repunte con Fierro, Nippur y El Tony, entre otras publicaciones. El lugar que dejaron estas revistas -dijo Oberto- es el que capturaron los personajes nipones.

Ivrea, que paga el equivalente al 10% de sus ventas para obtener los derechos de edición, ahora planea lanzar revistas con videos de animé, para coleccionistas, y tiene en carpeta salir al aire con un programa especializado en la TV por cable. La empresa también posee un sitio en Internet (www.editorialivrea.com) que por el momento sólo ofrece información, aunque aspira a convertirlo en un canal de contenidos.

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/38921-las-historietas-japonesas-hacen-furor-y-generan-miles-de-dolares>]

Domingo 3 de diciembre de 2000

EL ENCUENTRO FUE EN UN CENTRO CULTURAL PORTEÑO

2.000 fanáticos se reunieron y compartieron un día de fantasía

Admiradores de La guerra de las galaxias tuvieron una jornada en común con fans de los dibujos japoneses y Los tres chiflados

- ♦ Se vieron capítulos inéditos de series de culto y se organizaron distintas actividades

MARIANA IGLESIA

A un costado, caballeros del Medioevo se trenzan en un duro combate; cerca, chicas vestidas como Sailor Moon intercambian teléfonos con un falso Darth Vader. Más allá, gente grande juega con la nueva serie de "trading cards" de **Pokémon**. Y las escenas no sorprenden a nadie. Es que los fanáticos de la ciencia ficción, el animé, los cómics, el cine bizarro y el terror ayer tuvieron su día de gloria. Fue en Fanatix 2000, la primera gran convención nacional de aficionados al género fantástico y el entretenimiento.

Ante la mirada atónita de los vecinos, desde muy temprano, los famosos personajes de **Viaje a las estrellas**, **La guerra de las galaxias**, **Dragon Ball**, **Evangelion** y la literatura de Tolkien invadieron la escuela Hipólito Yrigoyen de Barracas. Llegaban con sus vestidos, sus espadas y hasta cargando sus naves espaciales. Así, todas las aulas y los pasillos del colegio de San Juan al 300 (allí funciona el Centro Cultural Fortunato Lacámara) quedaron colmados con improvisados stands que ofrecían todo tipo de información y merchandasing.

Organizado por la Dirección General de Promoción Cultural de la Secretaría de Cultura de la comuna, el encuentro –con entrada libre y gratuita– logró reunir a **más de 2.000 fanáticos** entre las once de la mañana y las once de la noche.

Uno de los primeros en llegar fue Julián Bas y Mansilla. "El animé es mi vida", explicó seriamente el chico de 15 años de Lanús. Hablaba de las series de dibujos animados japoneses. "Mis preferidas son **Evangelion** y **Maccros** porque tienen acción, romance y mucho suspenso. Pero no son para cualquiera, porque sus tramas son muy complejas y sus personajes profundos. También me gusta **Dragon Ball**, y quiero desmentir que sea violento, si al fin y al cabo **Verano del 98** es peor".

En el primer piso, cuatro chicos de 13, 15 y 16 años entregaban folletos de **Neotaku**, el programa de radio que conducen desde hace unos meses en la 104.3. "Damos noticias de todo lo que tiene que ver con el animé y los manga (historietas japonesas). Adelantamos estrenos, hablamos de sus autores y profundizamos en los personajes", explicó Rodrigo Camargo.

Eran muchos, pero no todos los que fueron a la convención tenían menos de 20 años. Fabius Flader ya cumplió los 22 y Dain Pie de Hierro, 25. No son sus nombres verdaderos sino los que adoptaron luego de formar la Asociación Tolkien de Argentina. El grupo tiene más de 200 seguidores, y ellos aseguran que entre ellos hay abuelos de 80 años y hasta sacerdotes.

"Tolkien creó un mundo irreal, una especie de fantasía heroica alucinante", explicaron los fans, que ayer mostraban imágenes de la película que se estrenará el año que viene basada en **El señor de los Anillos**. Será la primera de la trilogía que Tolkien imaginó entre 1947 y 1951.

Silvia Parda, de 38 años, había viajado especialmente desde Mar del Plata para difundir las tareas de **USS Intrépido**, un club que reúne a los fanáticos de **Viaje a las estrellas**. "Veo **Star Trek** desde que tenía 7 años. Por eso, entre el último capítulo de la serie que dieron en el 69 y la primera película, que se estrenó en el 78, fueron 9 años de agonía".

"Lo bueno de **Star Trek** es que plantea un futuro más positivo, aunque no por eso más fácil", opinó José Varas. El hombre de 34 años y su amigo Juan Morán, de 37, habían llegado ayer desde Santiago, Chile, para

no perderse el encuentro. Y hasta se habían puesto los trajes oficiales de la nave de la Federación de Planetas Unidos.

Los jóvenes de La Orden del Ultimo Baluarte parecían desentonar entre tanto traje futurista. A ellos les gusta el pasado: desde los pueblos vikingos hasta Roma, desde el Japón medieval hasta las Cruzadas. Su objetivo es desempolvar todo lo que tenga que ver con la antigüedad.

Y ayer estaban allí, con sus trajes de soldados o caballeros medievales. Tanto las lanzas como las armaduras y las cotas de malla de alambre y acero fueron hechas por ellos mismos. "Primero investigamos y después las fabricamos. Queremos recuperar el trabajo artesanal", explicó Emiliano Paredes, de 29 años. Minutos después, desafió a duelo a uno de sus amigos. Y el patio del colegio sirvió de escenario para la justa. "¡Sangre!", "¡Queremos sangre!", gritaban los espectadores.

Un poco más tranquilos estuvieron los fanáticos de **Los Tres Chiflados**, que ofrecían sus "fancines" (revistas con información) en castellano. "Las únicas que hay, porque como en España no eran conocidos, no hay material en nuestro idioma", aseguró Luis Bertoli, de 34 años.

En el stand podían verse escenas de algunos capítulos que Moe, Curly y Larry grabaron entre 1934 y 1958, pero que todavía hoy hacen reír a millones. Jorge Manotti, de 50 años, escuchaba las bromas del trío con cierta nostalgia. "Es lo único que entiendo de este lugar. Después, no sé. Hablan de los dibujitos japoneses, de las series esas del futuro y no conozco nada. Pero se ve que a la gente le gusta porque esto está repleto", dijo el hombre.

Y sí, había aulas llenas para debatir sobre **X Files** o **Robotech**. Cola para jugar en los torneos de Warhammer o combatir en el de Magic. Y ninguna silla vacía para ver episodios inéditos de **Star Trek**.

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/diario/2000/12/03/s-06215.htm>]

CULTURA: HASTA EL 17 DE DICIEMBRE FUNCIONA EN EL CENTRO MUNICIPAL DE EXPOSICIONES

Fantabaires: más de 15.000 personas en el fin de semana

Fanáticos que se pasean disfrazados de su personaje favorito

- ♦ Más de 50 stands
- ♦ Revistas y libros de historietas que cuestan entre 3 y 100 pesos
- ♦ Una gran fiesta para los iniciados del género fantástico

Es posible que algún nostálgico extrañe los muñequitos que venían como sorpresa en los chocolatinos Jack de la fábrica Felfort, típicos de la década de 1960. A no desesperar, porque en un stand de **Fantabaires** encontrará más de 500 muñequitos y los afiches originales —incluyendo desde **La Momia** hasta **Martín Karadagian** y **El Caballero Rojo**— reunidos por el coleccionista Luis Pires y su amigo Mainer.

Si en cambio extraña a personajes como **Fúlmine**, **Fallutelli**, **Mandrake**, **Batman** o **Superman**, el visitante podrá pararse ante las estatuas de papel maché pintadas al óleo por Joel Novoa. Algunas valen más de 2.000 pesos. "Me cuesta —acepta— desprenderme de ellas. ¿Cuándo voy a volver a hacer un Batimóvil o un Superman fumando kriptonita? Nunca más".

Pero también están los que no tienen nostalgia, como Noelia y Josefina, dos chicas quinceañeras llegadas desde Moreno. Noelia está vestida como un marinero, es Sakura, un personaje del dibujo japonés **Car captor Sakura**. Su amiga Josefina tiene una capa amarilla y orejas de ratón, es Kero Chan, la fiel mascota de Sakura.

Vestidas para un concurso de disfraces en **Fantabaires** —la muestra de historietas que ocupa el Centro Municipal de Exposiciones hasta el 17 de diciembre— Noelia y Josefina están dispuestas a competir con otros 100 jóvenes que se pasean por los pasillos. "Es bárbaro que los chicos tengamos un lugar donde encontrarnos, a mí me gustan los japoneses porque aunque los dibujos pueden parecer estáticos, hay buenas historias", dice Josefina.

Todo esto es apenas una parte de lo que se puede ver en **Fantabaires**, el encuentro de fanáticos del género fantástico, el terror, los videojuegos y la animación. Este es el quinto año consecutivo de la muestra, que el último fin de semana convocó a más de 15.000 personas.

"La gente encuentra aquí una identidad cultural y por eso el Gobierno porteño auspicia la muestra", explica Mariano Greco, desde el stand de la Dirección de Juventud. Allí se exhiben originales de historietas que apuntan contra la discriminación a los jóvenes y los inmigrantes.

Horacio Moreno, editor del mensuario especializado **Samizdat**, destaca: "Hoy los chicos se reúnen en clubes de fans, se disfrazan con la imagen de un héroe admirado, editan sus propias revistas. Mi generación hizo la movida de las comiquerías —donde se venden publicaciones y objetos relacionados con las historietas— pero ahora los chicos de menos de veinte años son los grandes consumidores del género fantástico. No es casual, entre las diez películas más taquilleras de la historia del cine, la mayoría son de este género".

En estos tiempos mandan los dibujos japoneses y —entre los más de 50 stands de editoriales, coleccionistas y distribuidoras de programas de TV— se pasean jóvenes disfrazados al estilo Dragon Ball, Pokemon y mucho más. Otros cambian figuritas sentados en el suelo —ahora se dice "trading cards"— siguiendo las reglas de algún complicado juego de rol.

Otros ven alguna película o participan de una charla sobre los orígenes de la serie **X Files**. Agustín Cosovschi, uno de los muchos jóvenes que pasean por la muestra, tiene 14 años y después de confesar su admiración por Rorouni Kenshin, Evangelion, Slayers y otros dibujos orientales, opina: "En los héroes

clásicos atrae el dibujo pero las historias son iguales".

Leandro Oberto, de la revista **Lazer**, cuenta que en el concurso de disfraces el jurado distingue siete categorías. Ellas son: similitud con el dibujo original, realismo, disfraz más original, la pareja más atractiva y "lo atamos con alambre", es decir, el concursante que se esfuerza y merece aliento a pesar de sus fallas. "Pero el fallo final lo da el público con su aplauso", apunta Oberto, señalando a los 700 jóvenes sentados en un salón de la muestra.

Las revistas y los libros de historietas tienen muchos precios, desde 3 pesos hasta 100 o más. Algunos stands exhiben más de 10.000 títulos diferentes, también hay videos, CD-ROM, afiches y muñecos.

"Tantos títulos son solo el aspecto más visible del fenómeno, en realidad vivimos en un mundo multimediático, donde un juego de animación puede originar una película o historietas. Desde muchas puertas distintas se llega a un mismo sitio, que es la atracción por la fantasía, lo bizarro, la ficción", dice José Antonio López Cancelo, uno de los dueños del **Club del Comicy** motor de **Fantabaires**.

No muy lejos, un grupo de adolescentes ingresa al Laberinto del Terror, para asustarse a gusto con las morisquetas de un grupo de actores entrenados. "Esto es mejor que el tren fantasma de la época de mi viejo, acá las garras de Freddy echan chispas al lado de uno, hay una silla eléctrica y hasta una momia que se levanta de golpe", dirá Gastón, 12 años, todavía pálido de miedo. Pero el chico se va contento.

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/diario/2000/12/11/s-03815.htm>]

TELEVISIÓN

Héroes de última generación

Con humor ácido y cargados de guiños satíricos, una nueva camada de dibujos animados retrata en forma realista situaciones y vivencias de la sociedad actual. Después de Los Simpsons, Daria, Los reyes de la Colina y Spy Groove, entre otros, conforman la pintoresca galería de los personajes predilectos de jóvenes y adultos

Por [Fabiana Scherer](#) | LA NACION

Es más fácil aceptar el humor, la ironía y la mirada ácida de la realidad en boca de personajes animados que en los de carne y hueso. O viéndolo desde otro ángulo, es más fácil decir las cosas si no se está expuesto directamente a cámara, lo que permite sumergirse en guiones inteligentes, capaces de satirizar la vida moderna sin ahorrar en palabras o en imágenes que den cuenta de la situación.

Para los organizadores de la entrega de los premios Annie (los Oscar del dibujo animado) la animación de los últimos años tuvo como meta mejorar la calidad visual y los contenidos de un género que en un primer momento fue pensado para chicos y, desde hace un tiempo, también ganó la atención de los adolescentes y los adultos.

Esta tendencia tiene como referente la pantalla norteamericana - aunque Inglaterra y Japón cuentan en esto con una larga historia-, que en los últimos años apostó, sin equivocarse, a colocar en los horarios prime time a series animadas.

Los Simpson fueron el punto de partida. La serie creada por Matt Groening no sólo cambió la historia de los dibujos animados, sino el concepto mismo de la típica familia norteamericana televisiva. Es, sin duda, la parodia más descanarda del american way life que se haya visto.

"La transformación se dio gracias a Los Simpson y a Beavis and Buttthead -asegura Germán Groba, Gerente de programación de contenidos de MTV-. Lo más interesante de esta transformación es que los dibujos tomaron otra dimensión, capaz de mostrar nuestras peores cosas con una fuerte dosis de humor, similar a las de los sitcom."

Por esta misma razón, no es extraño descubrir que los guiones están trabajados de manera adulta, lo que permite explorar al máximo la pintura social. Ahora existe una preocupación central por los contenidos. Los clásicos gags fueron reemplazados por la sátira y la ironía. El mejor ejemplo sigue siendo Los Simpson, que tuvo la virtud de exponer las idiosincrasias de la sociedad y burlarse, a la vez, de sí mismos.

"Cómo no iba a ser el puntapié para el cambio de los dibujos, si nunca antes una serie animada había alcanzado plasmar situaciones en un lenguaje universal -reconoce Jacqueline Cantore, Directora Ejecutiva de Programación de Fox y Fox Kids-. Matt Groening supo cómo seducir por igual al más chico y al más grande. La animación tiene esa libertad, la de mostrar varios niveles de un mensaje."

Para Cindy Kerr, vicepresidenta de programación para Cartoon Network América Latina, la ruptura se dio con Los Picapiedras y Los supersónicos. "No me parece tan importante hablar de un punto de partida -aclara-, sino de una transformación que hace que hoy los dibujos sean más alcanzables." Tanto Fox como MTV fueron dos de los primeros canales en apostar por los dibujos destinados al público joven-adulto. "Por nuestra señal pasaron Beavis & Buttthead, Aeon Flux, Ren & Stimpy -enumera Germán Groba-. Ahora en MTV tenemos a Daria, Celebrity Deathmatch y nuestra última adquisición, Spy Groove, en la que conviven todos los clisés de las películas de espías, una especie de Dos tipos audaces, pero animado." Por su parte, la directora ejecutiva de programación de Fox, Jacqueline Cantore, reconoce que con series como la de Groening, incluyendo Futurama, Padre de familia y Los reyes de la colina, ganaron un segmento que por aquel entonces estaba huérfano.

Cuando se habla de animación para adultos, ya no se hace referencia a programas cargados de sexo y violencia, sino de una animación más sofisticada o simplemente irreverente, porque qué mejor que una mirada irreverente sobre la sociedad contemporánea. La mayoría de estos dibujos están llenos de guiños y parodias a la clásica lucha de los buenos contra los malos, bien lejos de aquellos tiempos en los que lo más importante era la moraleja.

Que los dibujos hayan ganado este segmento está intimamente ligado con el cambio generacional, ya que la nueva audiencia se crió con este lenguaje, al que aceptan sin prejuicios.

Los canales pensados exclusivamente para chicos no permanecen ajenos a esta tendencia. En los últimos años, señales como Cartoon Network, Disney Channel, Fox Kids Magic Kids y Nickelodeon detectaron un nuevo público, el de los hermanos mayores y el de los papás.

PUNTO DE ENCUENTRO

"Son varios los puntos para analizar de esta tendencia -explica Tatiana Rodríguez, directora senior de programación y adquisiciones de Nickelodeon-. Uno de los más interesantes es el que muestra los cambios de conducta en los tiempos que corren. Hoy, son muchos los padres que encuentran diariamente en la televisión el medio para compartir algo con sus hijos, por lo que es importante que se les ofrezca algo que divierta a los más chicos y que a la vez entretenga a los mayores. También están los que sólo buscan relajarse después de un día intenso y prefieren ver un dibujo."

Como ejemplo, Tatiana Rodríguez no duda en colocar en primer lugar a Rugrats (Aventuras en pañales), la serie que ya tiene dos películas en su haber (la segunda se estrenará a mediados de año) y a ¡Kablum!, en la que se mezclan varios tipos de animación.

En la misma línea se mantiene Disney Channel que, sin apartarse del lema de entretenimiento familiar, dio paso a programas como Recreo (la película se estrena el 12 de abril en los cines), Buzz Lightyear comando estelar, Gordo Mendoza y Thunderstone. "Con estéticas diferentes y un humor inteligente, similar al de Las locuras del emperador (la última película animada de Disney), buscamos seducir a un segmento que en un momento parecía vacante -comenta Angela Sondón, directora de programación de Walt Disney Television Latin-America-. La mayoría de las nuevas propuestas se aleja de los clásicos animados, para dar paso a los chicos que viven situaciones más cercanas a la realidad."

Como contrapunto está Cartoon Network, que con sus producciones originales, un sello indiscutible de la señal como Las chicas superpoderosas, que estrenará su primera película en 2002; Johnny Bravo, La vaca y el pollito y El laboratorio de Dexter, apuesta a un humor astuto, con un ambiente familiar como escenario. "Nos importa el contenido y también la estética -aclara Cindy Kerr-. Todo el tiempo buscamos sorprender y lo hacemos con jóvenes creativos, amantes y consumidores de los más diversos dibujos animados. Ellos hacen lo que les gustaría ver." En esa insaciable búsqueda, la señal pondrá en el aire en septiembre Oveja en la ciudad y, según Kerr, su fuerte será el humor inteligente, una constante en la bien llamada nueva animación.

Lo real, visto desde su costado más surreal, o mejor dicho, lo real visto por los dibujos, causa fascinación y es hoy el mejor remedio para hacer frente a la voraz vida moderna

DOS TIPOS BIEN AUDACES

Una comedia ágil de espionaje technicolor. Spy Groove (miércoles, a las 19.30 y 23, por MTV) sigue las aventuras de dos agentes secretos que se lanzan a misiones para aniquilar a impostores de la moda, villanos de estilo y traficantes vanidosos.

La acción la dan los agentes 1, un eterno enamorado de veinticuatro años con un aspecto similar a James Dean y una mente increíblemente estratégica; y 2, un adicto a la adrenalina que no conoce el miedo.

Vestidos con ropa de marca y accesorios y esgrimiendo artefactos hechos por diseñadores, se sumergen en misiones clasificadas para proteger la vida de elite del placer de los que quieren perpetrar el mal estilo. Una mirada irreverente a nuestra cultura obsesionada por el estilo y por el consumo de la alta tecnología.

La serie de media hora, creada y producida por Michael Gans y Richard Register, utiliza una técnica de animación supercinética, combinando movimientos limitados de los personajes con telones de fondo elaborados y de alta rotación, disfraces, diálogos y música.

MADE IN ARGENTINA

Nuestro país no permanece ajeno a la nueva tendencia. Un buen ejemplo es Tino y Gargamuza, el dibujito que desde la pantalla de América se anima a comentarios bien ácidos. Por su parte, la señal de cable Volver contará, desde abril, con Orson como la cara del canal. El personaje animado que dio sus primeros pasos en El acomodador tendrá también historias propias. También Diego Guebel y Mario Pergolini incursionarán en el mundo animado. En los próximos meses tienen pensado lanzar la serie Rita Leena, que tiene como protagonista a una nena con look bien inocentón pero con mucho humor negro.

"PREFIERO TENER ESTILO, AUNQUE ME TILDEN DE ANTISOCIABLE"

Sus primeros pasos hacia el salón de la fama los dio en la exitosa Beavis & Butt-Head y actualmente es la protagonista de una serie que lleva nada menos que su nombre, Daria.

Al igual que su vida, el programa presenta las travesuras y experiencias de una chica de 16 años, inteligente y, sobre todo, sarcástica, con una inusual habilidad para transformar situaciones potencialmente desastrosas en beneficiosas.

"Vivo con mis padres, Helen y Jake, y mi hermana menor, Quinn", dice sin demasiado entusiasmo.

-Dicen que Quinn se roba la atención de todos los chicos de la escuela ¿sos celosa?

-No, yo soy muy diferente a ella. No me interesa ser una cara bonita, ser una barbie de esta nueva era. La imagen de Daria para sus compañeros es la de una chica confundida y curiosa, eso sí, la respetan, al igual que a su mejor amiga, Jane.

"Me ven como un bicho raro porque no me gusta desfilas, maquillarme ni ir de compras", dispara.

-Por lo general las chicas de tu edad aman ir al shopping.

-(Suspira) -Qué es lo que les resulta atractivo. Imagina ver a esa gente comprando cuanto ve. Es como escuchar Imagina, de John Lennon, pero al revés. Los shopping sólo son un recipiente de codicia humana y degradación. Toda esta cultura apesta.

-De fast-food ni hablar.

-La gente que va a comer a esos lugares entra con cara de hambre y sale con indigestión.

-¿Estás enojada con la vida?

-No, sólo que la veo de otra manera. Prefiero tener estilo, aunque me tilden de antisociable. ¿Por qué tengo que ser igual a los que me rodean?

-¿Te consideras odiosa?

-Es que hay tanto para odiar, que no sé ni por dónde empezar.

-¿Qué es lo que te divierte?

-Ver cómo fracasan esas rubias frívolas que sólo saben agitar sus pompones.

-¿Crees que tu programa forma parte de esta nueva tendencia de animación para adolescentes y adultos?

-¿No se le paga a los participantes en las investigaciones de mercado?

Raro es verla sonreír. Sin embargo, Daria consigue en cada capítulo resolver con su particular humor las situaciones cotidianas.

Daria. Lunes a viernes, a las 13; lunes, a las 11; miércoles, a las 19 y a las 23; viernes, a las 11.30 y 19; sábados y domingos, a las 11, por MTV.

MARCANDO TENDENCIA

Desde el vamos la intención del canal fue la de establecerse como una cadena para adolescentes y jóvenes-adultos y se convirtió en el primer canal -apoyándose en su web site www.locomotion.com- en ofrecer una visión completa del mundo de la animación.

Conscientes de que son el ejemplo tangible de un cambio y de una tendencia en el mundo animado, Locomotion no hizo la vista gorda y se dio cuenta de que más del 70 por ciento de la población en América Latina no sobrepasa los 35 años.

Para Javiera Balmaceda, gerente de programación de la señal, en Locomotion convive lo mejor de los dibujos prime time. "Se pueden ver series de Estados Unidos, del Reino Unido y de España, desde dibujos destinados a entretener, hasta los cortos de mayor calidad artística, enumera. También incluimos lo mejor de la animación japonesa, como Evangelion, Akira y Saber Marionette J. Y para mediados de abril tenemos previsto estrenar Soul Hunter."

Si uno echa un vistazo a la grilla del canal descubre personajes tan disímiles que analizan -a su manera- los temas actuales de la sociedad. Allí está Robin, Dr. Katz, Stressed Eric, Bob & Margaret y la irreverente South Park que, como preámbulo de la cuarta temporada, tendrá el 30 y 31 de este mes y el 1º de abril, de 21.30 a 2.30, una supermaratón.

Actualmente, Locomotion es uno de los canales más pedidos y sólo está disponible en DirecTV y Telecentro. "Esperamos -comenta Balmaceda-, que pronto forme parte de CableVisión y Multicanal.

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/190624-heroes-de-ultima-generacion>]

Viernes 9 de noviembre de 2001

ANIME: un clásico del género

Ranma 1/2 llega sin cortes al video

Finalmente, se edita en nuestro país el primer largo de la famosa historieta japonesa

Por [Fabiana Scherer](#) | LA NACION

Cuando *Ranma 1/2* arribó, allá por 1999, a la pantalla de Magic Kids, tuvo que pasar -como tantas otras producciones del Sol Naciente- por las famosas tijeras que dejaron de lado las escenas de desnudos y encuentros sexuales destinados originalmente al público adolescente para convertirse en una serie apta para el público infantil. Los más fanáticos y conocedores del manga (comic japonés) creado por Rumiko Takahashi coparon este vacío con las ediciones en video -algunas de ellas importadas- de diversos capítulos que desde sus cajas dejaban leer la palabra mágica de sin censura y, ahora, gracias a la aparición de *La isla de la doncellas*, uno de los dos largometrajes que SBP acaba de sacar a la luz -el próximo será *Gran aventura en Nekonron, China* -, parece que el sueño de ver al Ranma original se hizo realidad. Y no es para menos, si uno puede conseguir la clásica copia doblada al español y otra -la más recomendada-, hablada en japonés, con subtítulos en castellano.

No hay duda de que uno de los secretos del éxito que traspasó fronteras sin obstáculos se debe a la combinación perfecta entre el típico relato adolescente con el de la clásica comedia de cambios de sexos. Eso sí, con el atractivo e infaltable agregado de las artes marciales. El juego de situaciones confusas envueltas en una trama de vidas paralelas, consagraron a *Ranma 1/2* como una de las mejores historias que ha dado el manga (no por nada tiene más de 300 capítulos de animé, dos largos y 11 OAV«s, producciones originales para el video).

A través de Ranma, un muchacho de 16 años, Takahashi explora un tema complejo, el de la confusión sexual en la era de la ambigüedad sexual, apoyándose en la idea de que todos los hombres tienen su costado femenino. Ese eterno juego que muestra a Ranma como una hermosa y voluptuosa pelirroja cada vez que se moja -por la conocida maldición que tras caer en una fuente encantada y tomar la apariencia de la última persona que se ahogó allí- vuelve a ser el eje en *La isla de las doncellas*, el largo que en 1992 dirigió Iku Suzuki.

Tras un naufragio, Ranma y sus amigos descienden en una misteriosa isla en la que desaparecerán poco a poco las mujeres del grupo. En su papel de héroe, Ranma se convertirá en la seductora pelirroja para investigar el caso. Será así como irá a parar a Togenkyo, donde hay más de 500 chicas secuestradas, todas candidatas a esposa del príncipe del lugar, quien develará el gran secreto de los secuestros. Un secreto que puede cambiarle la vida a Ranma para siempre.

RANMA ½

1992 / Japón

Duración: 60 minutos

Calificación: A/T/P

Editora: SBP

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/190220-ranma-12-llega-sin-cortes-al-video>]

TELEVISION: CHICOS

Guía para padres en vacaciones

Los viejos dibujos animados siguen vigentes, compitiendo con los nuevos clásicos en sus dos vertientes principales: japoneses y norteamericanos. A todos ellos se suma la docena que estrenó en diciembre.

JESSICA FAINSO

Llega el último día de clases. Los chicos tienen un tiempo libre que parece infinito. Y aunque uno se empeñe en buscar alternativas, las horas frente al televisor se multiplican. Son los tiempos en que la oferta de dibujos animados se renueva... y los papás se suelen quedar afuera. No siempre, por supuesto. De hecho, de los casi 150 dibujitos que se pueden ver en los seis canales de cable dedicados a los niños y los dos de aire que incluyen este género, un poco más de la mitad corresponden a los clásicos. Pero hay dos tipos de clásicos: los viejos y los nuevos.

Entre los viejos, continúan en cartelera los mismos dibujos de hace 20, 30, 40, 50 años. **Tom y Jerry, Bugs Bunny, El Pájaro loco** y **Los Picapiedras** se disputan los primeros puestos en las preferencias infantiles. Por la señal Boomerang, por ejemplo (7 de Multicanal), puede verse una buena selección de clásicos que incluye el **Oso Yogi, Tiro loco McGraw, Pier-No-Doyuna y Patán**, y la "novedad" de esta temporada: **Dartañan la tortuga**.

Por otro lado están los que con el correr de los años, la persistencia y la popularidad, se sumaron a la lista. Por ejemplo los japoneses como **Pokémon, Digimon** o **Dragon Ball**, que introdujeron un lenguaje distinto en la jerga infantil, con palabras como evolución o teletransportación. Las animaciones japonesas tienen sus particularidades. Una de ellas es que cuentan historias fantásticas, complejas, que parecen inacabables, y funcionan igual. Son pasionales, intensas como culebrones. Por ejemplo, Goku, el protagonista de **Dragon Ball**, padece y se angustia en interminables batallas contra el mal, y cada uno de los capítulos termina en un momento pleno de peligro. Así las situaciones conflictivas persisten de un modo imperecedero, al igual que la frustración de Goku.

Claro que los nuevos clásicos incluyen también dibujos americanos. ¿Cómo no nombrar a **Las chicas superpoderosas**, tres muchachitas llamadas Bellota, Burbuja y Bombón que luchan con los villanos; o a **El laboratorio de Dexter**, con un niño científico y su hermana molesta; o a ese galán perdedor que es **Johnny Bravo**? Los delirantes dibujitos norteamericanos enfatizan el humor irónico y absurdo más que el desarrollo narrativo. No sólo son ágiles, sino que están dotados con esa pizca de comedia mordaz típica de las series hollywoodenses. Y además no suelen estar relacionados con los jueguitos de las computadoras como sí ocurre con los japoneses.

Y en este mundo de fantasía, donde la capa de Batman es tan imprescindible como las evoluciones de Pikachu y sus amigos, siempre hay lugar para nuevos protagonistas, por si los niños se mostraran aburridos.

¿QUE HAY DE NUEVO, VIEJO?

Lloyd del espacio: Un marciano de 13 años vive en una estación espacial en medio de la galaxia intentando atravesar los cambios propios de su edad. (Disney)

Popolocrois: Una nena llamada Hue es trasladada misteriosamente a un mundo desconocido. Allí conoce al príncipe Pietro, de quien se enamora. Pero, por supuesto, también hay un malvado que quiere destruir ese amor. (Cartoon Network)

Corrector Yui: Una nena es absorbida por su computadora mientras hace la tarea. Así, sus aventuras transcurren en un mundo virtual, en el que se empeña en la lucha contra el mal. (Cartoon Network)

Static Shock: Virgil Hawkins es un nuevo super héroe, un chico de 14 años. Sus poderes son electro magnéticos y puede entonces generar descargas eléctricas. (Cartoon Network)

Slayers: Lina es una hechicera que viaja en busca de riquezas, pero ha robado un objeto que sirve para despertar a un demonio. (Magic Kids)

Slam Dunk: Hanamichi es un chico que no tiene suerte en el amor y tampoco en el juego. Hasta que conoce a Haruko y decide entrar al equipo de basquet de su escuela para conquistarla. (Magic Kids)

Yamazaki: Un pequeño príncipe irrumpe en el colegio de Kamuri intentando a toda costa persuadir a todos de convertirse en súbditos del reino de Yamazaki. (Magic Kids)

Dr. Slump: Cuenta la historia de un médico que vive en Penguin Village, un lugar donde conviven los más extravagantes personajes: robots, monstruos, aliens y seres humanos. (Magic Kids)

Bt"x: Esta vez la amenaza para la humanidad es una bestia indomable que devora todo a su paso sin piedad. Pero Marlon, el héroe, luchará contra el imperio de las máquinas... y vencerá. (Magic Kids)

Orphen: Una historia de magos y dragones al mejor estilo animé. El objetivo de Orphen es recuperar la poderosa espada Baltanders. En su búsqueda emprenderá un camino desconocido en el que conocerá a nuevos amigos. (Magic Kids)

Dan Dare: En un mundo del futuro, Dan y su tripulación visitan otros planetas, se hacen amigos extraterrestres y luchan por la paz intergaláctica. (Fox Kids)

Heavy Gear: Basada en un videojuego, trata la historia de Matcus Rover de 16 años que sueña con ser campeón de las competencias de Hevy Gear, donde gigantescas máquinas se enfrentan en cruentas batallas. (Fox Kids)

Además, cada viernes de diciembre Cartoon Network estrenará un nuevo corto. El 14 llega **El gato perdido** (que intenta hacerse pasar por alguien que no es), y el 21 **Buscadores de aventuras**, con una nena que lidera un grupo de niños golfistas. También habrá especiales de Navidad aptos para los más chiquitos, como el musi cal de los ratones Buster y Chauncey, o **Cascañueces**, una princesita al rescate de la estrella navideña de manos del malvado Mouse King.

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/diario/2001/12/09/c-00611.htm>]

TELEVISION: EL BOOM DE LAS SERIES Y PELICULAS ANIMADAS PARA ADULTOS

Los dibujitos pensados para papás

Desde Los Simpson con su doble lectura generacional hasta South Park, pasando por gran parte del animé japonés, existe cada vez más animación, mordaz y políticamente incorrecta en su mayoría, dedicada al disfrute de los más grandes.

Guillermo Boerr. DE LA REDACCION DE CLARIN.

Las peroratas anfetamínicas de **Duckman**, las angustiante soledad de **El crítico**, la crisis de mediana edad de Homero Simpson, los lánguidos cantos de alienación que tiñen la visión ciberpunk de buena parte del animé, esos dibujos japoneses con ojos más redondos que los de Mickey Mouse. Estos son sólo algunos de los ejemplos capaces de demoler el monolítico mito que dicta que todos los dibujos animados están dirigidos a los niños.

Muy probablemente siguiendo los dictados de la Ley del Mínimo Esfuerzo, muchos insisten aún con esta teoría. Está bien: los niños disfrutan de las travesuras de Bart, pero difícilmente lleguen a identificarse con los lamentos de sus padres por la juventud perdida. Y tal vez se rían cuando alguno de los enfants terribles de **South Park** dice "culo", pero es al menos dudoso que comprendan las ácidas críticas al modo de vida del "mejor país del mundo". Eso, por no hablar de exponentes como el mencionado **Duckman**, **Dr. Katz, analista profesional** (un conflictuado psiquiatra de quien depende la salud mental de unas treinta personas) o películas como **Ghost in the Shell** ("Te superespecializas y te debilitas: una muerte lenta", dice la protagonista) o el ya clásico y apocalíptico **Akira**, ambas verdaderas joyas de la ciencia ficción bien entendida. Tampoco entenderán los párvulos por qué es que la edición de **Ranma 1/2** salta algunos cuadros y muestra al/la protagonista transformado/a. Pues bien, en realidad es bastante simple: cuando se moja, el personaje cambia de sexo. Como se la incluye entre las tiras infantiles, y los órganos sexuales mudan ante los ojos del espectador, esa parte fue, simplemente, cortada.

En muchos casos, lo que define el rango adulto del público de las series es la incorrección política. Por citar algunos ejemplos, la Municipalidad de Río de Janeiro amenazó demandar a la cadena Fox por un episodio de **Los Simpson** en el que la familia llega a la ciudad carioca, sitiada por monos agresivos que atacan a turistas, son asaltados por una banda de "mininos da rua" y Homero es secuestrado por un taxista (aquí recién se verá el 8 de diciembre). O el capítulo de **South Park** en el que los niños envían un dólar cada uno a Afganistán. Los afganos, contemplando su país devastado por los bombardeos estadounidenses, miran atónitos el billete verde que tienen en sus manos. Entonces envían una cabra a vuelta de correo, "porque no queremos las limosnas del Gran Satán", parodiando la retórica extremista islámica.

Pequeño perfil de los consumidores

El 51 por ciento de la audiencia de Locomotion (el canal íntegramente dedicado al género que nos ocupa) está comprendida en el rango de entre 20 y 44 años, según informa la página de Internet de Claxson, la empresa encargada de la distribución de esa señal. Como la programación ostenta la siempre codiciada (y muchas veces dudosa) calificación de "de culto", el público es fiel a cada tira, es decir que no se trata de televidentes ocasionales. También se trata de personas de buen nivel adquisitivo, que han incorporado a sus vidas los últimos avances tecnológicos. Todos estos detalles, que pueden parecer menores, hacen de éste uno de los segmentos de audiencia más codiciados a la hora de vender publicidad: son un grupo muy específico, que busca novedades y que, además, tiene el dinero para solventar sus gustos, por muy extravagantes que sean.

...pero acá se hizo primero

El indudable precursor en esto de crear un segmento de "dibujos" para "gente grande" es el humorista gráfico Caloi: su multipremiado ciclo **Caloi en su tinta** comenzó en el entonces ATC el 10 de noviembre de 1990 (el Día del Dibujante, casualmente), justamente con la premisa que generó este artículo: que no todos los dibujos animados son para niños. Dedicando su espacio a animaciones realizadas basándose en reconocidas obras pictóricas, o en temas como la soledad, los derechos de los niños o la ópera, el programa supo ganarse una verdadera legión de adeptos. En 2001 pasaron a Canal (á), lo que implicó además un cambio de formato: en lugar de una hora con comerciales, el ciclo pasó a tener media hora sin pausas.

Pantalla de un mundo nuevo

Un aparte merece el animé: series como **Bubblegum Crisis**, la consagrada **Evangelion** o la más nueva **Gasaraki** pintan una Tierra desolada, con la raza humana en guerra con máquinas que dominan el mundo.

Por eso, la próxima vez que piense en cambiar de canal cuando pase por uno que esté dando "los dibujos", recuerde que puede ser que no sólo sus hijos los disfruten. De hecho, es probable que le pidan que cambie de canal, ya que usted será el único que entiende lo que pasa

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/diario/2002/10/04/c-00611.htm>]

TENDENCIA: LA CULTURA ANIMÉ JAPONESA SE PONE HOT

El imperio de las bombachas

La nueva generación de dibujos japoneses, como la recién estrenada Sakura mail, hace foco en el sexo teen. Frases provocativas y chicas desnudas que cuando cruzan a Estados Unidos llegan vestidas y censuradas.

Txt. Mariano Del Aguila.

Detrás de todo gran animé, se esconde una historia re caliente. "La serie es buenísima, pero me pregunto si no es incesto. Bueno, en Estados Unidos tener sexo con tu primo es incesto". Esta es una entre cientos de reflexiones de los otakus (fanáticos) sobre la flamante "Sakura mail", la más ardiente de las fantasías animadas que llegan a la Argentina. "Se trata de la vida de unos chicos que van saliendo de la preparatoria, todo en un tono de novela medio erótica. Bah, el tema central es la calentura", explica Rodrigo Pisa, gerente general de Locomotion para Latinoamérica, desde Miami.

Sakura Mail es la historia de Urara Kasuga (una Celeste Cid de fuego) y Mieko Yotsuba (también es pelirroja). Las chicas son dos bombas creadas por U-jin, célebre dibujante de hentai (manga porno). El protagonista es Tonma Inaba, lelo y calentón, como todo pibe-animé. Un picante triángulo amoroso entre primos estudiantes, que sirve para espiar hábitos tan calientes como naturalizados entre las chicas de las grandes ciudades niponas. ¿Por qué son tan sexys los uniformes escolares? ¿Cómo se explica que en Aika, otro animé, muestren más de 200 bombachas por capítulo?

En la cultura pop nipona, la secuencia es así. Las mujeres, voluptuosas y frágiles, aparecen primero en esas revistas de manga baratas que se leen en el subte (y después se tiran). Hay un género para cada lector: el **Shoujo** manga (surge en los "50 dirigido a las chicas: tipo Heidi o Sailor Moon), **Shounen** (para chicos: incluye peleas, deportes y romance), el **Seinen** (para hombres) y los condicionados no porno (el **Yaoi**, temática homosexual, con sub género para gays y lesbianas). Todas las series que tuvieron éxito (desde Astroboy y Meteoro hasta Robotech y Dragon Ball) llegaron a la pantalla pero cuando cruzan el Océano llega la censura.

En Estados Unidos a Sakura no solo le pusieron bombachas. Cambiaron los títulos ("Primer Encuentro" es en el original "Primera vez en la cama") y hasta el guión. Cuando Tonma fantasea con verla en tanga (panchira, voyeur fugaz de ropa interior en el subte, la calle, una escalera) dice "Todo se completa con una bombachita fresca por sólo 1,000 yens". En la versión soft, Tonma hace ruidos de besos! ¡Grave! Eso borra la arraigada moda de las joshikosei (las estudiantes japonesas) llamada "buru-sera": vender su ropa interior... usada.

Los hombres mueren por el "seraa-fuku" (fetichismo por las enfermeras o el uniforme escolar). Tal es el furor que las chicas usan sus kilts, los sábados a la noche, en la zona de discotecas. El circuito es así: una típica joshikosei compra una braguita por 100 yens, la usa unos días, va al negocio de burusera, se la quita en el mostrador y las vende por 1.000. Del local sale por el doble. Y cotiza más por días de uso, algún aroma particular y ni hablar si viene con foto de la ex dueña.

¿Ahora se entiende que en un episodio de Aika desfilen 200 bombachas desde planos infartantes? Sakura es más complicada que eso: la historia incluye embarazos, problemas de erección y reflexiones como "mi hermana me dijo que no hay nada como el sexo". Su gancho son las figuras dibujadas por U-jin y la historia de mal de amores. "Es una soap-opera-telenovela", concluye Escorpio, otro fan, en una review. "Pero el final es bastante triste".

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/suplementos/si/2003/03/14/3-00401.htm>]

La revolución tiene forma de animé

Suerte de "Twin Peaks" en dibujos para adultos, la serie japonesa "Boogiepop Phantom" llegó a la Argentina para atraparnos con su experiencia alucinante de un mundo sin tiempo, donde todo sucede a la vez.

A **Boogiepop Phantom** la llaman "la **Twin Peaks** de los cartoons adultos". Es un animé revolucionario, a la altura de un film como **Akira**(1988). Estrenado en la TV japonesa hace tres años y basado en las novelas de Kouhei Kadono, practica, tematiza y contagia una experiencia alucinante del tiempo en Asahi, una ciudad imaginaria. Uno de los personajes, el detective Ichiro, explica la hipótesis que modela la serie: "Algunos creen que el mundo no es más que un holograma donde no hay ni pasado ni presente; todo existe a la vez". **Boogiepop** atomiza su cronología en situaciones mínimas a escala de horas y minutos, para luego combinar los fragmentos como en un rompecabezas. Sólo se respeta alguna linealidad al presentar a un personaje como caso clínico.

"El tiempo no existe; sólo la ilusión que crean los recuerdos existe." La frase es un legado teórico que el filósofo de la serie, Seiichi Kirima, le deja a su hija Nagi, quien sospecha que la ciudad se ha convertido en un gran simulacro desde que un rayo se expandió por la nervadura de los cables eléctricos. Todo se ve espectral: hasta el último capítulo, no habrá colores vivos. En **Boogiepop**, las cosas viran al bordó y al gris sin pasarse del sepia.

En una escena parecida a la que vivimos en Buenos Aires la semana pasada, el capítulo **Bajo el Arco Iris de la Gravedad** llega al clímax con una coreografía de mariposas de luz apoderándose de las calles. Cada insecto encarna un buen recuerdo de algún habitante: la ciudad como un palimpsesto de memorias visible y legible sólo para un personaje, la niña Manaka. Aprovechando que nadie en Asahi quiere crecer porque implica perder ilusiones, ella y Poom Poom fundan una secta adonde los fracasados van a liberar al niño que todavía reprimen en sí antes de suicidarse. El contrapunto de tanta regresión lo personifica la amnésica Mayumi Kisaragi, condenada a anotar lo que vive en un cuaderno porque lo olvida inmediatamente. De algún modo, Mayumi es el espectador modelo de **Boogiepop Phantom**: un esquizo que no puede hilvanar sucesos en medio del goce de la intriga. Efectivamente, la arquitectura de este animé a nivel estructural y audiovisual impone una recepción nominalista a la manera de la película **El camino de los sueños** (David Lynch). Se hace difícil hacer pie en una historia que vuelve fractales sus puntos de vista y su escansión, más aun si sus protagonistas son mutantes, parásitos, zombies y clones enredados en un caos de virtualidades.

En la fábula de **Boogiepop Phantom** subyace un plan contra la humanidad a manos de una Organización de nombre Towa. Pero la teoría conspirativa funciona más como un trasfondo siniestro que como moraleja. La genialidad de **Boogiepop** está en saber transformarnos en sus víctimas. El capítulo ocho se cierra con la frase "¿Está usted seguro de que no es una ilusión?". Moto Tonomura nos asiste con una respuesta que es su latiguillo: "Quizá". **Boogiepop Phantom** no es más que una serie de acasos.

Boogiepop Phantom: lunes a las 23.00, martes a las 2.00 y domingos a las 22.00 por Locomotion.

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/suplementos/cultura/2003/03/29/u-00801.htm>]

Viernes 5 de septiembre de 2003

EXIT

Nos quedamos

TV

Evangelion. ¡¡Sí!! Desde el principio, una de las historias más potentes del animé: una invasión de "ángeles" monstruosos sacude NeoTokio 3. Y un team de pilotos sub 16 les hará frente en una historia que incluye mitología, religión y alta tecnología. Eso sí: en un episodio por sábado. Mañana a las 21, por I-Sat (31 CV, 21 MC)

RADIO

Valerio. El cantautor presenta su cd Sagitario. Entrevista y mucho pop. El domingo a las 21 por La Mega, FM 98.3

VIDEO / DVD

La Secretaria. La empleada soñada de todo jefe, que en sus horas extras le hace, ejem, favores. ¿Algo así como Romina Ricci, la secretaria hot de Resistiré? Sado, sexo y humor negro.

LECTURA

000909. Con nombre de agente secreto, la mini obra de Sergio Montenegro (del tamaño de una tarjeta de crédito) recrea el entorno de la oficina donde fue producida en ratos libres. A \$ 2 en Asunto Impreso (Junín 1930).

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/suplementos/si/2003/09/05/3-617052.htm>]

Sábado 6 de septiembre de 2003

TELEVISION: VUELVE EVANGELION A LA TV POR CABLE

El lado oscuro del animé

La serie animada japonesa presenta un mundo al borde de la extinción y a un héroe involuntario enfrentando ángeles exterminadores.

Le dicen **Evangelion** pero su nombre completo es **Neon Génesis: Evangelion** y su historia es una mezcla de acción, suspenso, y tan reconocibles como diversas creencias religiosas. Es, además, la serie de animación japonesa que refundó el género en los 90, y lo dotó del componente mitológico que hoy es casi un sello indeclinable.

Evangelion, emitida por primera vez en la Argentina hace dos años por el canal Locomotion, llega nuevamente al cable, en su versión completa de 26 capítulos, ahora por I-Sat que la emitirá desde hoy los sábados a las 21.

La historia comienza en 2015 cuando Shinji Ikari, el adolescente protagonista de la serie, debe asumir que él es uno de los pocos humanos capaces de manejar los EVA, el arma —humanoides de profunda vinculación con su piloto— inventada para salvar a la humanidad... o lo que queda de ella. Después de una devastación debida a los experimentos genéticos hechos por los hombres sobre el Angel Adán (el primero en llegar a este mundo), la Tierra debe enfrentarse a "la ira de Dios": el ataque de criaturas gigantescas venidas del espacio a las que se ha dado en llamar "los ángeles". Durante su entrenamiento como el piloto de combate que jamás deseó ser, Shinji tendrá como desafío no sólo su timidez, su introversión y sus miedos, sino también el rechazo de su propio padre (el científico creador de los EVA), la ausencia de su madre, sus primeras relaciones con las mujeres... y las conspiraciones de una misteriosa organización.

Creada en 1995 por Yoshiyuki Sadamoto, **Evangelion** suscitó desde su inicio las más diversas interpretaciones. A caballito de este "secreto del éxito" sus autores decidieron darle un final alternativo a la saga, presentando una nueva versión de los dos últimos capítulos, y lanzando luego dos películas: **Death & Rebirth** y **End of Evangelion**.

Para tomarle el pulso a esta serie plagada de robots e imágenes futuristas, vale la mención de los títulos de los primeros cuatro capítulos, que se verán durante setiembre: "El ataque del ángel" (hoy a las 21), "Un techo desconocido: La bestia", "El teléfono no suena: Transferencia" y "Lluvia después de la huida: El dilema de Levizo". En octubre, en tanto, estarán en pantalla: "Reay al otro lado del corazón", "La batalla decisiva: Distrito 3 de Nuevo Tokio", "Construido por los hombres" y "Asuka llega a Japón".

Exponente fundamental de la renovación del animé, **Evangelion** participa, sin embargo, de las características de un género donde no hay "enseñanzas" simples y donde los buenos a veces hacen cosas tan miserables como los malos. Una visión pesimista (¿realista?) del mundo y de sus héroes.

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/diario/2003/09/06/c-00801.htm>]

Viernes 23 de septiembre de 2004

BANDAS DE MANGA Y ANIME

En el país del rock naciente

Clover y Leprechaun reinterpretan en clave rock & pop los soundtracks de la animación nipona. Tocan en fiestas de quince y shows, mientras una multitud los corea en japonés.

Txt. Silvina Marino
smarino@clarin.com

Ella se calza un kimono y baja la escalera mientras la banda toca el tema de "Samurai X". La multitud corea, pero en japonés. Así, la fiesta de quince: nipona. Y así este tipo de bandas, dedicadas al animé rock.

Como Leprechaun, que además de preparar shows para quinceañeras, toca en eventos temáticos y en recitales propios. "Somos todos enfermos del animé. Cuando empezamos, hacíamos covers de grupos hard rock. Y en los ensayos parábamos para ver 'Dragon Ball'", cuentan. Después, sacaron el temita de la serie y se entusiasmaron tocándolo. "Pensamos: nos podemos dedicar sólo a esto". Y lo hicieron.

En su carta de presentación, hacen pesar la antigüedad: "Fuimos los primeros". Aunque, ahora, no los únicos. El grupo Clover también se dedica al animé rock y al j-rock y j-pop (rock y pop japonés). Y pasado mañana, en la Cumbre Otaku, jornada manga en Buenos Aires, promete hacer gala de su estética sonora: "Una mezcla de pop electrónico con hard rock".

¿Y el público? Fanáticos del manga y el animé, dispuestos a disfrazarse de sus personajes preferidos. También los siguen chicos: "A algunos los vienen a buscar los padres, como si fueran a ver Bandana al Gran Rex". Broma va, broma viene, los de Clover y Leprechaun tienen una coherencia oriental y contestan al unísono la pregunta inevitable:

—¿Adónde quieren llegar?

—¡A Tokio!

CLOVER, PERDIDOS POR TOKIO

LA BANDA. Darío Torres, Matías Abeijón, Damián González, Marina Romeo, Inés de Nicola. Edad promedio: 20.

ESTUDIOS. Música y, cómo no, japonés.

SOUNDTRACK. Sailor Moon, Cowboy Bebop, Shaman King, Saint Seiya, Digimon, Sakura Diaries.

DISCO. Editarán su álbum debut el mes que viene, con covers de las series más conocidas y temas propios.

DICE LA LEYENDA... Que varias fanáticas de "Shaman King" entran en trance nipón cuando ellos tocan el tema de la serie y les lanzan a los músicos prendas de sus disfraces.

TEXTUAL. "La mayor parte de la gente que nos va a escuchar es super fanática del animé. Y ése público es el que más nos interesa porque nosotros también somos como ellos". (Damián, guitarrista).

SHOW. No se disfrazan para no restarle atención a la música.

WEB. www.cloverband.com.ar

LEPRECHAUN, UN REPERTORIO CASERO

LA BANDA. Daniel Kubiliunas, Sebastián Martignano, César Quijano, Cynthia Toral, Daniel Buffalari. Edad promedio: 22.

ESTUDIOS. Música, en el Conservatorio, y (también) japonés.

SOUNDTRACK. Mazinger Z, los Caballeros del Zodiaco, Evangelion, Saint Seiya, Slayers, Lain, Samurai X, Digimon.

DISCOS. Dos: "Leprechaun" y "Breaking Stereotipes". Van a editar otro con música compuesta por ellos, inspirada en un manga de Clamp, un grupo de escritoras.

DICE LA LEYENDA... Que Alfredo Casero los vio tocar en Expocomix y se inspiró en ellos para cantar el famoso "Shimauta".

TEXTUAL. "Empecé a estudiar japonés para cantar los temas. Y porque quedé traumatado cuando era chico y los nombres de los robots estaban en japonés" (César, segunda voz).

SHOW. Proyectan las series sin audio, mientras tocan sus canciones.

WEB. www.leprechaun.com.ar

[Recuperado de: <http://edant.clarin.com/suplementos/si/2004/07/23/3-00301.htm>]

Viernes 29 de julio de 2005

Desde el domingo

Animé, animé, todo el día animé

Animax será un canal full animé para chicos y adolescentes. Llegarán las series de los grandes realizadores del cine y la TV

Los fanáticos del animé ya no tendrán que andar pescando en la pantalla dibujos animados de uno de los géneros audiovisuales más influyentes de los últimos años. Con suscribirse y estacionarse en la nueva señal televisiva Animax, el nuevo canal full animé, basta. "Las 24 horas, los siete días de la semana, sin cortes, sin censura y sin contemplaciones", prometen directivos de Sony Pictures Entertainment que, al adueñarse de la señal Locomotion, decidieron sacarla del aire definitivamente y darle lugar a Animax. Los estudios más prestigiosos de Japón y sus equipos de animación tienen en sus manos todas las series de esta señal que se verán, desde el domingo, en español. Para empezar, de los prestigiosos estudios Gonzo (creadores, por ejemplo, de "Blue Submarine #6") llega la violenta serie "Hellsing", del director de "Cowboy Bebop" (Umanosuke Lida) y del realizador del hiperviolento y polémico animé "Ninja Resurrection" (Jasunori Urata). Hellsing es un vampiro armado con una Magnum 454, dispuesto a desencadenar el infierno en nombre de Dios.

"Es mentira, no existe el paraíso. No hay nada más allá del fin del mundo. Sólo un sendero interminable." Con esta frase arranca la apocalíptica "Wolf's Rain", en la que el mundo está ya terminado, la tierra ecológicamente devastada, y los únicos que subsisten son los lobos que lo han logrado tras desarrollar la habilidad para mostrar una forma humana. Está realizada por un equipo que ha participado en los animé más emblemáticos de los últimos años: Tensai Okamura (dirigió un par de episodios de "Neon Genesis Evangelion"), el guionista de "Cowboy Bebop" y la musicalizadora de "Ghost in the Shell". Al animé llegan también todas las vicisitudes de la guerra entre los sexos en "Vandread", que mezcla aspectos del género Mecha (historias con robots gigantes, trajes de guerra biónicos o exoesqueletos mecánicos) y Ecchi (historias sexuales con travestis, abuelos libidinosos y narices sangrantes). Takeshi Mori, su director, retrata, con humor, un futuro donde hombres y mujeres separan sus sociedades y crean una guerra galáctica. Pero habrá unificación entre las máquinas de guerra de hombres (Vanguard) y de mujeres (Dread): de ahí "Vandread".

Para los próximos meses, los programadores de Animax adelantan que llegarán algunos trabajos del genial animador japonés Hayao Miyasaki, el director de "El viaje de Chihiro". Y la producción de Animax apuesta a más: meterse en las fábricas de animé para mostrar los secretos de un estilo que fanatiza a millones de chicos en el mundo.

Lorena García

[Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/725319-anime-anime-todo-el-dia-anime>]