



Trabajo Fin de Máster
Máster en comunicación y cultura
Universidad de Sevilla

Estudio del acceso de las mujeres a espacios de ocio a través del anime

(A study on women's access to leisure spaces through anime)

Autora: Rubio López, Nerea
Tutor: González Galiana, Rafael
Fecha: 09/09/2022

Índice

Resumen.....	3
Abstract.....	4
Justificación del trabajo.....	5
Objetivos e hipótesis.....	7
Metodología y estructura del trabajo.....	8
Capítulo I: Mujer, ocio y tiempo libre.....	17
1.1. Definición de ocio y tiempo libre.....	17
1.2. Los primeros estudios sobre ocio con perspectiva de género.....	18
1.3. La lucha de las mujeres por acceder al ocio.....	20
Capítulo II: El anime, su introducción en España y las comunidades de fans.....	25
2.1. Conceptualización y orígenes.....	25
2.2. Tipos de manga y anime.....	27
2.3. El anime como medio.....	29
2.4. La industria del anime en Japón.....	30
2.5. La industria del anime en España.....	32
2.6. El fenómeno fan y los <i>Fan Studies</i>	35
2.7. El fandom del anime en España.....	37
2.8. La mujer como fan del anime.....	38
Capítulo III: Resultados.....	42
3.1. Lectura de los resultados de los grupos de discusión.....	72
Capítulo IV: Conclusiones.....	74
Referencias.....	76
Anexos.....	82

Resumen:

El presente trabajo explora la introducción de las mujeres a espacios de ocio a través del ejemplo del fandom del anime, un espacio que tradicionalmente ha estado controlado por hombres. Se realizaron tres grupos de discusión: uno solo de mujeres, otro solo de hombres y otro mixto, en los que se exploraron las distintas opiniones y experiencias de los participantes relacionadas con este tipo de ocio, prestando atención al modo en el que las interacciones dentro de los grupos se desarrollaban. Los resultados muestran que la introducción de las mujeres al anime sigue estando mediada por los hombres en cierta medida. También revelan que, sobre todo durante la adolescencia, sufrieron discriminación dentro de la propia comunidad de fans. Sin embargo, se muestra que existe una evolución de estas dinámicas y que, en la actualidad, las mujeres están reclamando esos espacios que también les pertenecen.

Palabras clave: mujer, género, anime, ocio, tiempo libre

Abstract:

This master's thesis explores women's introduction to leisure spaces through the example of anime fandom, a space that has traditionally been controlled by men. Three focus groups were conducted: one female-only, one male-only and one mixed, exploring the different opinions and experiences of the participants in relation to this type of entertainment, paying attention to the way in which interactions within the groups unfolded. The results show that women's introduction to anime continues to be mediated to some extent by men. They also reveal that, especially during adolescence, they experienced discrimination within the fan community itself. However, it shows that there is an evolution of these dynamics, and that women are now reclaiming those spaces that also belong to them.

Keywords: women, gender, anime, leisure, free time

Justificación del trabajo

El interés por el anime y el manga es un fenómeno que se ha ido asentando en España durante las últimas décadas. En sus orígenes, y como ocurre con otras aficiones similares como los videojuegos o la ciencia ficción, tanto sus usos como los espacios dedicados a él han pertenecido a los hombres. Con el paso de los años, se ha observado un incremento de las mujeres que consumen y participan de manera más activa en los eventos y comunidades dedicados a estos productos. Este TFM surgió del interés por conocer cómo las mujeres se relacionan con el anime y el manga y si esta relación ha cambiado a lo largo de los años debido a ciertos avances sociales en relación con la liberación de la mujer y la esfera pública y, en concreto, al ámbito del ocio.

Las investigaciones sobre el ocio han estado relegadas a un segundo plano dentro de los estudios de género. Cuando se ha estudiado el acceso de la mujer a la esfera pública, siempre se ha hecho abordando cuestiones relacionadas con el ámbito profesional, político o a la conciliación familiar. Sin embargo, no debería menospreciarse el papel que tiene acceso al ocio y el tiempo libre en el proceso de liberación de la mujer, en especial para la mujer obrera. Como se verá en el transcurso del trabajo, este acceso es bastante reciente y, en España, se remonta a la emisión de las primeras telenovelas en televisión. Esta franja horaria comprendía el único momento del día en el que las mujeres podían sentarse y tener un momento de descanso.

Aún siguen existiendo diferencias significativas en el tiempo que las mujeres dedican al ocio, pero puede afirmarse que su situación ha cambiado notablemente en las últimas dos décadas. Este cambio es todavía más notable si se observan las diferencias entre las generaciones actuales y su predecesora. En consecuencia, las mujeres comenzaron a crear sus propios espacios de ocio. Sin embargo, una de las grandes barreras a las que se han tenido (y tienen) que enfrentar es la segregación por géneros del mundo del ocio. En un primer lugar, la sociedad reconoció el derecho a la mujer de realizar actividades lúdicas, pero también impuso una serie de actividades que eran adecuadas para ellas. De forma progresiva, las mujeres han conseguido difuminar esas barreras y acceder a espacios de ocio que les habían sido negados y que, por lo tanto, han estado monopolizados por los hombres de manera tradicional. Ejemplo de ello pueden ser el deporte, el cine o el anime, que es el medio que se estudiará en el presente trabajo.

Que estos espacios y formas de ocio estuvieran mediados por hombres hace pensar que para que las mujeres se interesaran o logaran acceder a ellos es posible que contaran con la influencia de alguien cercano (padre, amigo o pareja) que las introdujo y les facilitó el acceso a ellas. No obstante, a la hora de interactuar con otros fans e introducirse en espacios dedicados al anime, las mujeres se encontrarían con el rechazo de los otros miembros de la comunidad, lo que podría complicar que se sientan parte de ese espacio. De esta forma, las mujeres se encontrarían con dificultades a la hora de legitimar sus preferencias de ocio y se enzarzarían en una lucha por defender su pertenencia al grupo y conseguir la aprobación de aquellos que ya están dentro. Así, incluso en algo que puede parecer trivial como es el consumo de anime, podría existir una estructura elitista que diferencia a aquellos que son «verdaderos fans» de los que no lo son.

La decisión de estudiar el anime y no otro tipo de material audiovisual se debe a que, además de responder a un interés personal, las comunidades de fans del anime cumplen con la característica de espacios masculinizados y, además, han surgido muy recientemente. Esto hace que los orígenes del interés por el anime, el manga y, en general, la cultura japonesa, sean fáciles de rastrear en España. Esta fascinación surge en los años 60, cuando los primeros animes llegaron a la pantalla española, pero no se consolidó hasta la década de los 80. Fue en esta década cuando se emitieron las series que tuvieron mayor éxito en el público español, muchas de ellas pasando a formar parte de la memoria colectiva, como es el caso de *Oliver y Benji* (1983) y *Dragon Ball* (1986). El éxito de estas series generó una especie de «fiebre» por el anime y el manga, formándose las primeras comunidades de fans y comenzando así la importación de su equivalente en papel, el manga, y de todo tipo de productos o *merchandising* relacionado con ellas. También comenzaron a realizarse eventos relacionados tanto con el anime y el manga como con la cultura japonesa.

Por último, otro de los motivos por el que resulta interesante enfocar esta investigación en el anime es la falta de estudios sobre el medio en occidente, en especial en España. La gran mayoría de estudios realizados están centrados en el contenido, el arte, en el beneficio económico y en los datos de audiencia, siendo muy escasos los estudios de audiencia.

Objetivos e hipótesis

De acuerdo con lo establecido en la justificación se plantearon los siguientes objetivos e hipótesis:

El objetivo general consiste en conocer el modo en el que las mujeres participantes se introdujeron al anime, por si este primer contacto estuvo mediado por hombres, así como descubrir la manera en la que se relacionan con el anime y su comunidad de fans en la actualidad.

Acorde a este objetivo se plantearon los siguientes objetivos específicos:

1. Explorar si existen diferencias en usos del anime de mujeres y hombres.
2. Conocer el modo en el que hombres y mujeres se han relacionado con otros fans, tanto en el pasado como en la actualidad.
3. Explorar las dificultades o barreras que pueden encontrarse las mujeres como consumidoras de anime.

Con relación a estos objetivos se plantearon las siguientes hipótesis:

1. Hasta hace muy poco han sido los hombres los que tradicionalmente se han apropiado de los espacios relacionados con el anime y, como consecuencia, el acceso de las mujeres a este tipo de ocio ha estado mediatizado por ellos.
2. Los hombres tienden a presentar un comportamiento más elitista hacia el anime.
3. Las mujeres dan más importancia a la presencia de personajes femeninos bien escritos que los hombres.
4. Las mujeres se siguen encontrando con dificultades y barreras a la hora de acceder a este tipo de espacios e interactuar con otros fans del anime, lo que dificulta la relación de las mujeres con este producto.

Metodología y estructura del trabajo

El presente trabajo se divide en una serie de apartados. En primer lugar, se explicará la metodología elegida y los procedimientos que se llevaron a cabo en la realización del estudio. Posteriormente, se dedicará un capítulo a realizar un breve recorrido histórico del acceso de la mujer al tiempo libre, concluyendo con datos de la actualidad. El siguiente capítulo estará dedicado a introducir el anime como medio, conocer la historia de su distribución y posterior éxito en España, así como indagar en la manera en la que surgen y se relacionan las comunidades de fans y el papel de las mujeres en ellas. A lo largo de los dos últimos capítulos se expondrán los resultados del estudio y las conclusiones alcanzadas a través de ellos.

Elección del método

Una vez decididos los objetivos y el tipo de trabajo que quería realizarse se plantearon y debatieron distintas formas de abordarlo metodológicamente. Se decidió hacer el abordaje desde una metodología cualitativa, porque se pensó que sería más interesante trabajar con testimonios en vez de con datos numéricos, aunque eso implicara una muestra más reducida. Dentro de las distintas posibilidades que ofrece el análisis cualitativo, la primera opción en descartarse fueron las historias de vida, ya que no terminaba de encajar con el enfoque decidido. Se debatió entre la entrevista individual y el grupo de discusión, seleccionándose finalmente este último.

Un grupo de discusión es una conversación planeada y orientada a obtener información de algún tema o aspecto de la vida real (Krueger, 1988, citado en Gurdíán-Fernández, 2007, p. 208). Se suele realizar en ambientes sociales para facilitar la participación. Los primeros grupos de discusión surgieron en Estados Unidos durante los años 20, aunque sus primeras aplicaciones en investigaciones científicas no comenzaron hasta los años 70 (Milena Barrios y Arroyave, 2006, citados en Gurdíán-Fernández, 2007, p. 208). Las causas por las que utilizar grupos de discusión en lugar de entrevistas individuales van de la mano del propio tema de investigación. En primer lugar, se predijo que ciertos aspectos sobre hábitos de consumo, gustos o problemas que supone ver anime y relacionarse con otros fans podrían salir a la luz de manera más natural en una conversación con otras personas en la misma situación. Además, sobre la posibilidad de que el acceso de las mujeres pudiera haber estado mediatizado por hombres, se planteó que era probable que muchas mujeres no fueran conscientes de serlo, pero

que al mencionarse el tema por parte de otras participantes podrían recordarlo e incluso ser más fácil admitirlo si se ve que otras mujeres están en la misma situación.

Participantes

Los participantes fueron reclutados mediante la difusión de un mensaje por parte de personas del círculo cercano de la autora y mediante anuncios en redes sociales. Todos los participantes residen en la provincia de Sevilla y todos son estudiantes de alguna de las universidades de la ciudad de Sevilla. A continuación, se presenta una lista con los datos básicos de cada participante. Para garantizar el anonimato, sus nombres han sido sustituidos por un número. Del 1 al 5 corresponde con las participantes del grupo de solo mujeres. Del 6 al 10, el de solo hombres. Por último, los participantes 11 al 15 son los que participaron en el grupo mixto.

Tabla 1.

Identificación	Género	Edad	Estudios	Procedencia
Participante 1	Mujer	22	Psicología	Andalucía
Participante 2	Mujer	22	Máster en fisiología y neurociencia	Andalucía
Participante 3	Mujer	19	Conservación y Restauración	Andalucía
Participante 4	Mujer	21	Veterinaria	Andalucía
Participante 5	Mujer	22	Medicina	Andalucía
Participante 6	Hombre	22	Máster en Psicología de las organizaciones	Andalucía
Participante 7	Hombre	22	Psicología	Andalucía
Participante 8	Hombre	27	Filosofía	Canarias
Participante 9	Hombre	23	Marketing	Andalucía
Participante 10	Hombre	24	Matemáticas	Andalucía
Participante 11	Hombre	22	Traducción e interpretación	Andalucía
Participante 12	Hombre	22	Comunicación audiovisual y diseño gráfico	Andalucía
Participante 13	Mujer	23	Comunicación audiovisual	Extremadura

Participante 14	Mujer	23	Educación infantil	Andalucía
Participante 15	Mujer	23	Psicología	Andalucía

Además de los datos presentados en la tabla, hay algunos datos específicos que merece la pena destacar. Del grupo de mujeres, tres de ellas han realizado cosplay en más de una ocasión. Una de ellas, Participante 3, se dedica a ello de manera profesional.

Participante 12, estudiante de Comunicación audiovisual y diseño gráfico, afirmó que deseaba enfocar su carrera hacia la animación, y contaba con conocimientos técnicos sobre la producción y técnicas que se utilizan en el anime.

Participante 13 ha trabajado en eventos relacionados con el anime y el manga. También es *streamer* de videojuegos. Este dato es relevante porque implica que tiene contacto con otra comunidad de fans que está también muy mediatizada por hombres. Curiosamente, a excepción de 3 participantes todos comentaron durante las entrevistas o antes y después de las mismas que también son aficionados a este tipo de ocio. Sobre los 3 participantes restantes no se pueden realizar afirmaciones porque no se les preguntó directamente sobre ello.

Rol de la investigadora

Fue la propia autora del trabajo la que realizó la función de moderadora del grupo. No debe pasarse por alto la importancia de la figura de la moderadora para el desarrollo del grupo de discusión, atendiendo a la dificultad que eso conlleva, ya que la tarea requiere habilidades para entrevistas y para lidiar con grupos. La moderadora debe tener en cuenta las distintas personalidades de los participantes, prestando especial atención al posible surgimiento de líderes. Krueger y Cassey (2009), citados en Braun y Clarke (2013), enumeran una serie de tipos de participantes a los que se debe prestar mayor atención:

1. El (autodenominado) experto: alguien que se presenta a sí mismo como experto en un tema, lo que puede ser un problema para la gente que no comparte su punto de vista. Una forma de lidiar con ellos es haciendo énfasis en que las opiniones de todos son igual de importantes y preguntando opiniones a todos los participantes.
2. El hablador dominante: alguien que domina la conversación y no permite a los otros participar. Para evitar que esto ocurra se puede optar por hacer preguntas a los otros participantes o utilizar indicadores no verbales de desinterés (no mirar a los ojos).

3. El tímido o callado: dicen poco o hablan bajo. Aquí, el papel de la moderadora debe ser de animarlos a participar mediante indicadores y reforzadores verbales y no verbales.
4. El aburrido o cansado: pueden distraer a otros participantes. La moderadora debe intentar captar su interés, por ejemplo, dirigiéndose a ellos por su nombre y de manera directa.

Es esencial intentar que todos los participantes se sientan cómodos para intervenir todas las veces que lo deseen y que no se cree un ambiente en el que alguno pueda sentirse excluido.

Teniendo en cuenta lo anterior, las funciones de la moderadora será lanzar las preguntas y guiar la discusión, haciendo énfasis en que lo que debe hacer es facilitar la conversación, no controlarla. Guiar los temas puede resultar lo más difícil, ya que debe asegurarse de que se traten los principales puntos planteados, pero intentando que la discusión no sea monótona o se estanque en un tema o que, por el contrario, avance demasiado rápido. También debe controlar que los participantes no se desvíen demasiado del tema, ya que después puede ser complicado redirigir la conversación. Asimismo, debe contemplarse la posibilidad de que surjan nuevos temas que no forman parte de la guía elaborada por la moderadora y que pueden resultar de interés, por lo que debe estar preparada para trabajar con la espontaneidad.

Procedimiento

Se contactó con los participantes y se organizaron los grupos en función de las disponibilidades horarias de los participantes. Esta fue la principal dificultad encontrada a lo largo del procedimiento. Se decidió que las entrevistas se realizaran de manera presencial y en un contexto informal para facilitar la creación de un ambiente más cómodo y relajado. Es por ello por lo que todas tuvieron lugar en bares de la ciudad de Sevilla.

Antes de comenzar con la discusión se expuso a los participantes las principales cuestiones éticas: se garantiza el anonimato y tienen el derecho de abandonar la discusión si lo desean. También se hizo una breve introducción a la investigación, pero sin revelar algunos de los aspectos clave de esta para evitar posibles sesgos. Se hizo hincapié en que el grupo de discusión debía de tratarse más de una conversación entre los participantes que en un cuestionario sobre los temas que plantea la investigadora, y que si deseaban hacer comentarios sobre algo dicho por otro participante o contar anécdotas personales se sintieran libres de hacerlo. Esto es así porque una buena relación el grupo conlleva dos ventajas su historia como grupo, cuando se expone un punto de vista aquellos que conocen a la persona pueden rebatir lo

que ha dicho o elaborarlo más en base a lo que se ha dicho, y la relación de familiaridad, ya que los grupos funcionan cuando los participantes discuten e interactúan entre ellos y no meramente interactuando con la moderadora (Braun y Clarke, 2013).

Se planteó una guía de preguntas: una entrevista semiestructurada. Esto se hizo así porque se necesitaba que se trataran algunos temas, pero también era conveniente otorgarles cierta libertad a los participantes. Además, se hizo hincapié en que no existían preguntas correctas o incorrectas, y que podían sentirse cómodos de mostrarse acuerdo o desacuerdo con los otros participantes, pero si se va a mostrar desacuerdo que sea con respeto. La lista de temas y preguntas puede encontrarse en el Anexo 2.

Una vez realizada la explicación, se comenzó a grabar y se pidió a los participantes que se presentaran uno a uno, indicando lo siguiente: nombre, edad, estudios, lugar de procedencia y aficiones. Esto último se preguntó como un medio para que los participantes pudieran encontrar más aspectos en común además del anime. Después de la presentación, se fueron planteando los temas de la investigación. Hubo ciertas variaciones en el modo de hacerlo adecuadas al rumbo de las conversaciones. Posteriormente, se empezaron a plantear los temas relacionados con la investigación. Para que los participantes se fueran con buen sabor de boca, la última pregunta consistía en recomendar un anime y dar argumentos de por qué lo habían elegido. Además, en esta pregunta junto con la anterior que consistía en hablar de uno que no les hubiera gustado, los participantes solían revelar algunos datos respecto a gustos o preferencias personales que no habían comentado cuando se les preguntó directamente sobre ellas.

El último paso fue transcribir las grabaciones de los grupos de discusión. Para indicar cambios en el tono, interrupciones y otros matices del discurso que puedan resultar de interés se utilizó un sistema de notación adaptado de la propuesta realizada por Braun y Clarke (2013). Dicho sistema puede encontrarse en el Anexo 3.

Análisis

Se realizó un análisis cualitativo siguiendo el método de análisis temático planteado por Braun y Clarke (2006, 2019). En primer lugar, se analizaron los grupos de discusión de manera individual y se extrajeron los principales temas que se trataron en cada uno. Estos fueron agrupados en tres tablas que pueden encontrarse en los Anexos 4, 5 y 6. A continuación se realizó un análisis transversal de los tres grupos de discusión, realizando comparaciones entre

las diferencias en los temas tratados y la manera de abordarlos. También se analizaron las interacciones entre los miembros de los grupos y los niveles de cohesión alcanzados.

Marco teórico

Un estudio de género enfocado en el anime podría realizarse desde varias disciplinas. De manera general, es un tema que puede abordarse desde los estudios culturales. Algunos autores estudian la manera en la que el anime representa a la sociedad japonesa, su historia y sus tradiciones. En occidente este tipo de estudios es más escaso, debido a que para ello se necesitan amplios conocimientos sobre una cultura que no es la propia. En esta aproximación, a la hora de realizar un estudio se pueden adoptar dos enfoques. El primero de ellos, un enfoque EMIC, desde el punto de vista de la propia cultura. Es el más complicado para un investigador occidental, ya que es difícil delimitar el momento en el que se está lo suficientemente integrado en una cultura para abordarla desde dentro (si es que llega a alcanzarse). Por otro lado, podría hacerse un enfoque ETIC, desde el punto de vista del observador. Este es el más común.

Si se quiere estudiar el anime como medio y la forma en la que se representa a las mujeres y los roles de género, podría realizarse una investigación desde los estudios audiovisuales. Esta área es la más popular entre los investigadores occidentales, existiendo numerosos artículos y trabajos académicos al respecto. La mayoría de estas investigaciones se dedican a examinar los roles que tienen las mujeres en los animes. Muchos de ellos abordan las diferencias de rol según el público objetivo del anime analizado. También abundan en la investigación la clasificación o identificación de arquetipos femeninos o la ruptura de estos.

Es relevante destacar que gran parte de estas investigaciones se centran en la producción cinematográfica, y una de las mayores críticas que se realizan a este enfoque es que en sus orígenes pasó por alto el anime televisivo (Lamarre, 2018, citado en Berndt, 2018). No resulta sorprendente si se tiene en cuenta que, mientras que las series de televisión se vieron envueltas en distintas controversias en occidente, las películas de anime fueron aceptadas tanto por el público como por la crítica, en especial a partir de los años 90. También debe tenerse en cuenta que en esos años muy pocas películas de anime eran exportadas a occidente, y las que lo hacían eran aquellas que habían obtenido mayor éxito, como es el caso de *Akira* (1988) o las películas de Studio Ghibli. Una parte importante de la producción científica sobre el cine de animación japonés se centra en películas de este estudio, y también ocurre lo mismo con aquellas investigaciones centradas en el género. Un ejemplo reciente es *Miyazaki and the Hero's Journey* (2022), un libro escrito por Deborah Scalley en el que analiza cómo en las películas de Hayao Miyazaki, uno de los fundadores de Studio Ghibli, las protagonistas femeninas siguen las etapas del viaje del héroe de Joseph Campbell.

Si bien la obra de Scalley es novedosa en los estudios del género, la base de los estudios desde la mitocrítica la fundó Yoshiko Okuyama en su libro *Japanese Mythology in Film: A Semiotic Approach to Reading Japanese Film and Anime* (2015). Aunque en el libro haga un análisis tanto de películas de animación como de imagen real, sus análisis sobre anime son considerados un referente para los investigadores occidentales. Analiza arquetipos, mitemas y motivos. Es considerada una obra clave, debido a su exhaustivo análisis desde los inicios del cine japonés. Se destacan el análisis de la presencia de elementos folclóricos japoneses en *El Viaje de Chihiro (Sen to Chihiro no Kamikakushi)* (2001) y *La Princesa Mononoke (Mononoke Hime)* (2000), y el análisis de los mitos presentes en *Mushi-shi* (2006) y *Ghost in the Shell 2: Innocence (Innocence)* (2004).

Relacionado tanto con los estudios visuales como el diseño gráfico o las bellas artes, existen algunos estudios sobre el diseño de personajes femeninos. Dentro de este enfoque, es necesario destacar la figura de Susan J. Napier, profesora en el programa de Estudios Japoneses de la Universidad de Tufts y crítica de anime y manga. Napier ha escrito varios libros sobre anime y manga que han sentado las bases del estudio de estos productos culturales en occidente. El más notable, considerado un referente en los estudios sobre anime, es *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Japanese Animation* (2007), en el que la autora realiza un análisis del anime contemporáneo. Napier, junto con otros autores que destacan en esta área de investigación como Thomas Lamarre, Antonia Levi y Briah Ruh, participó en una de las obras pioneras: *Cinema Anime* (Brown, 2006), la primera colección de ensayos académicos en utilizar «anime» en el título. Por su parte, Thomas Lamarre desarrolló en *The Anime Machine: A Media Theory about Anime* (2009) una teoría para el estudio de la animación y, en concreto, para la animación japonesa. Esta teoría ha sido utilizada en diversas investigaciones posteriores.

Por último, y siendo este el enfoque elegido, se puede realizar desde un ámbito psicológico, antropológico y sociológico. A pesar de ser el enfoque menos trabajado en la actualidad, revistas de fundación reciente como *The Journal of Anime and Manga Studies (JAMS)* cada vez prestan más atención a este tipo de investigaciones. Desde estas disciplinas pueden realizarse multitud de investigaciones diferentes. Centrándose en el medio, se pueden clasificar en estudios de creadores de contenido y estudios de recepción. Realizar el primero sobre anime o manga es especialmente complicado, no solo por la necesidad de contactos y conocimientos del idioma japonés para ello, sino también porque la mayoría de los autores siguen siendo reticentes a conceder entrevistas. Este es el motivo por el que los estudios

occidentales centrados en los creadores suelen centrarse en interpretaciones de las obras de un determinado autor o estudio de animación, como es el caso de la gran cantidad de investigaciones sobre Studio Ghibli y la figura de Hayao Miyazaki. Los estudios de recepción sobre anime también pueden adoptar varios enfoques: la manera en la que incorporan los mensajes que ven en televisión, el imaginario sobre Japón que se ha creado a partir del anime o cuestiones identitarias respecto a este consumo.

El presente estudio es más cercano a los estudios de recepción. Al ser un estudio de género, se pondrá más atención a los usos del medio de las mujeres, pero también se realizarán comparaciones sobre la manera en la que hombres y mujeres se introducen al anime, preferencias y hábitos de consumo. Asimismo, se explorará cómo las mujeres se relacionan con la comunidad del anime. En todos estos aspectos, se debe tener en cuenta que por la forma en la que se introdujo el anime en España y la reacción negativa que tuvo la población hacia sus fans, el sentimiento de pertenencia a esta comunidad tiene una fuerte carga identitaria. Es necesario tener claro que la identidad no está predeterminada ni surge de manera espontánea, sino que se va construyendo con el tiempo. Los momentos vitales clave para el desarrollo de la identidad son la adolescencia y los primeros años de la adultez, momentos en los que los amigos se convierten en el foco más importante de socialización y en el que los individuos empiezan a tomar decisiones y comienzan a construir la imagen de sí mismos que quieren dar a los demás. También es una de las etapas evolutivas en las que se presenta mayor vulnerabilidad (McAdams, 2013).

Capítulo I: Mujer, ocio y tiempo libre

La vida cotidiana, entendida como las acciones, preocupaciones y diversiones diarias en la vida de una persona es un escenario esencial para el desarrollo de la identidad y la adquisición de conductas y valores (Aguado Higón y Ramos Palomo, 2008). El desarrollo de esta vida cotidiana está determinado por diversos aspectos, desde la cultura o la etnia a la organización familiar, y en la cultura occidental el tiempo dedicado al ocio ha ido adquiriendo un papel central en la vida de las personas a partir de la segunda mitad del siglo pasado, al haber aumentado tanto la disponibilidad de tiempo como las opciones de ocio. En este capítulo se realizará una introducción a los estudios sobre ocio y tiempo libre y se llevará a cabo un breve recorrido por la historia reciente para conocer cómo la mujer fue introduciéndose en estos espacios y cuál es su situación actual.

1.1. Definición de ocio y tiempo libre

No existe un acuerdo entre investigadores a la hora de definir ocio o tiempo libre. Estos conceptos han sufrido numerosos cambios, y sus significados están estrechamente relacionados con el contexto histórico en el que se elaboraron. Debe entenderse que las conductas típicas del ser humano, incluyendo las estructuras sociales, políticas y psicológicas, viene determinadas por un proceso histórico en el que han interactuado (y continúan interactuando) diversos factores. Este proceso de interacción no es lineal, existen cadenas de interdependencia entre individuos en los distintos procesos que se producen, por lo que se encuentra en continuo cambio y transformación. Por lo tanto, las funciones psíquicas y comportamentales de los humanos están estrechamente relacionadas con el cambio y el desarrollo de las estructuras sociales (Elias, 1987).

No es sorprendente, pues que el interés por estudiar el ocio vino determinado por las transformaciones de la sociedad a raíz de los dos eventos que marcaron a la sociedad europea del siglo XX: la Primera y Segunda Guerra Mundial. De entre todos los cambios que se produjeron en este periodo, fue especialmente importante el aumento de las opciones de tiempo libre disponibles para la clase obrera, hasta entonces fuertemente limitadas a otros estamentos sociales (Aitchison, 2003). Las primeras investigaciones sobre ocio y tiempo libre se llevaron a cabo en las décadas de los 60 y 70. Durante estos primeros años se publicaron algunas de las obras clave en este campo de estudio, siendo relevante mencionar *Of Time, Work and Leisure* (De Grazia, 1962) o *Sociology of Leisure* (Dumazadier y McKenzie, 1974). En el ámbito

europeo, los estudios del ocio se consolidaron en 1975 con la fundación de la *Leisure Studies Association* en Reino Unido y con la creación de la revista *Leisure Studies Journal* en 1982 (Aitchison, 2003).

Las primeras definiciones de ocio y tiempo libre se enfocaban en establecer la diferencia con el trabajo pagado, cuidado de los niños o tareas de cuidado. Esto es coherente con el hecho de que el ocio había sido durante mucho tiempo un lujo que no todos podían permitirse. En la misma línea, otros pioneros se referían a este como el espacio residual después de la jornada laboral (Coalter, 1989, citado en Aitchison, 2003; Haywood et al., 1989). Teniendo en cuenta el papel de la mujer durante esos años, no resulta difícil darse cuenta de que para ellas este tiempo era incluso más limitado. En la actualidad, se reconoce el ocio como una práctica cultural, y se ha resaltado que este no se trata exclusivamente de disfrute personal, sino que es una importante vía de socialización, creación de identidad y adquisición de hábitos y valores (Aitchison, 2003; Montelleó Peris, 2007). Aunque se tratará en mayor profundidad en sucesivos apartados, resulta relevante mencionar que todos esos procesos se ven representados en el consumo de anime.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, los investigadores suelen clasificar los estudios del ocio y el tiempo libre en tres etapas (Rojeck, 2000, citado en Aitchison, 2003). La primera de ellas corresponde a la visión funcionalista de la sociedad y a los valores de racionalidad atribuidos al ser humano, propia de los valores y preocupaciones que surgieron tras la Segunda Guerra Mundial. La segunda fase es la crítica contracultural, cuya figura más representativa es Stuart Hall y que introduce la ideología marxista. La tercera y última fase es la perspectiva feminista, que introdujo la cuestión polémica de que el ocio femenino parecía estar orientado a servir de apoyo al ocio masculino, es decir, al disfrute de los hombres. Siendo el presente trabajo una investigación sobre la manera en la que las mujeres se introducen y consumen anime, se sitúa en esta última perspectiva.

1.2. Los primeros estudios sobre ocio con perspectiva de género

Tradicionalmente, la mujer ha sido relegada al espacio privado y el hogar, con limitadas interacciones en espacio público, como acudir a la iglesia (Aguado Higón y Ramos Palomo, 2007). Habría que remontarse a *La perfecta casada* de Fray Luis de León (1583) para encontrar la primera referencia en la literatura española al respecto. En esta obra, se sugería que el deber de una mujer casada es cumplir con todas sus obligaciones del hogar y se resaltaba la importancia del ocio masculino sobre la del ocio femenino, este último considerado una

perturbación del orden moral (Fray Luis de León, citado en Durán, 2002). Ya antes de este texto y prácticamente hasta nuestros días, las mujeres no solo se han encargado de los cuidados de la familia, sino que también han sido consideradas las responsables del ocio de esta, teniendo que sacrificar así su propio tiempo libre (Henderson, 2002).

Sabiendo esto, no resulta sorprendente que, durante los primeros estudios del tiempo libre, las mujeres no tenían un papel activo y solo aparecían en estudios sobre hombres en los que se investigaba acerca de la vida familiar. Desde los estudios de género se cuestionaron las definiciones de ocio vigentes y criticaron la concepción de este como tiempo residual, sugiriendo en su lugar que debería considerarse como la «libertad de la necesidad de estar ocupado» (Aitchison, 2003). Aquí entraría en juego la manera de gestionar este espacio libre y el valor que se le da al concepto de utilidad que tanta importancia tiene en la sociedad actual.

No solo las mujeres tienen menos tiempo libre que los hombres, sino que también los valores inculcados durante la crianza hacen que sientan que deben emplear todo su tiempo en hacer cosas útiles. Incluso cuando se trata de un pasatiempo, es difícil deshacerse de esta forma de pensar. Y no se trata solo del sentimiento de las mujeres, la sociedad también premia a aquellas mujeres que dedican su tiempo a un ocio que se considere de mayor provecho, o lo que se pueda considerar así. Este aspecto es relevante en el presente trabajo, al centrarse en los usos de productos televisivos y de cine, cuyo consumo, en general, ha estado asociado al concepto de «perder el tiempo». Además, debe añadirse que al hablar de anime hacemos referencia a un producto animado, normalmente devaluado en comparación con otros de imagen real al ser considerados para niños o de menor interés o profundidad. Por supuesto, también deben considerarse los prejuicios que rodea al anime por tratarse de un producto extranjero, pero este es un aspecto que se tratará en mayor profundidad en el siguiente capítulo.

Volviendo al estudio del tiempo libre, las teorías feministas marxistas fueron las primeras en poner énfasis en la dicotomía público-privado, y la señalan como causante de muchas de las barreras que impiden el acceso de la mujer al ocio. Estas teorías fueron la base del posterior enfoque feminista sociológico y sociopsicológico, tendencia que comienza con dos publicaciones: *The theory of the Leisure Class* (Veblen, 1895) y *Homo Ludens* (Huzinga, 1947). Sin embargo, es el libro de Talbot (1979) *Women and Leisure: A State of the Art Review* es considerado por los investigadores como la primera investigación sobre ocio y mujeres (Aitchison, 2003).

Los sucesivos estudios llevaron a considerar el ocio como un tipo de resistencia contra el poder institucional además de un espacio de acción, habiéndose convertido el debate sobre la negociación de las barreras para las mujeres a la hora de acceder al ocio el punto de partida de esta resistencia. Entre finales de los 90 y principios de los 2000 se realizaron múltiples estudios sobre el modo en el que el ocio varía en función del género y sobre las razones por las que el ocio es importante tanto para hombres como para mujeres en sus contextos culturales, siendo estas investigaciones realizadas en su mayoría por mujeres (Henderson, 2002). Las nuevas investigaciones exploran las experiencias y significados del ocio en la vida de las mujeres (Henderson y Shaw, 2013). En este trabajo se pretende indagar en ello desde un espacio de ocio tradicionalmente masculinizado como es el anime.

Las investigaciones sobre el ocio de las mujeres han sido ignoradas por mucho tiempo, a pesar del esfuerzo de las investigadoras por dar voz a este ámbito (Deem, 1999, citado en Henderson y Shaw, 2013). La consolidación de las investigaciones sobre género y ocio tiene varios motivos, recogidos y enumerados por Durán (2002): el cambio en las formas de producción y en la estructura demográfica de los países occidentales; la insatisfacción de los colectivos discriminados (entre los que se encuentran las mujeres) por la invisibilidad y la desigualdad de condiciones en el trabajo remunerado y otras actividades relacionadas; la expansión del sector económico del ocio y los medios de comunicación, destacando el auge del uso de la televisión; el aumento del tiempo dedicado a actividades no relacionadas con la producción; la necesidad de la cooperación internacional; la revolución tecnológica, en especial el acceso de la población a ordenadores personales. Resulta necesario añadir, en el ámbito de la investigación, el auge de los propios estudios de género, que han aportado a los estudios de ocio el marco teórico y epistemológico del que carecían en sus primeros años.

1.3. La lucha de las mujeres por acceder al ocio

Como ya se ha mencionado, la Primera Guerra Mundial fue un hecho histórico clave para la lucha por la liberación de la mujer. Con los hombres en el frente, las mujeres no solo asumieron las tareas que les estaban destinadas a ellos relacionadas con el trabajo y la producción, sino que también se apropiaron de algunos espacios de ocio que hasta entonces habían estado destinados a los hombres y en los que se les había negado la participación como, por ejemplo, en el mundo del deporte (Caspitegui, 2019). Durante la postguerra y sobre todo en Reino Unido y Estados Unidos, cobró gran importancia el Sufragismo, que trajo consigo la Primera Ola Feminista y la conquista del espacio público por parte de estas mujeres. El caso

de España es diferente al de estos países, en gran parte debido al contexto social de la época. A pesar de no haber participado en la Primera Guerra Mundial, algunos cambios empezaron a introducirse tímidamente en una sociedad bastante conservadora políticamente y retrasada en el ámbito industrial en comparación con otros países europeos. A pesar de que, aparentemente, la sociedad española mostraba menos interés por la lucha feminista eso no impidió que muchas mujeres como Concepción Arenal o Emilia Pardo Bazán alzaran la voz por los derechos de las mujeres. Así, las mujeres también comenzaron a abandonar el ámbito privado para debatir sobre educación o hacerse un hueco en la prensa periódica (Franco Rubio, 2004). Por lo tanto, aunque de manera más tímida que en el resto de Europa, la Primera Ola Feminista supuso un punto de inflexión para la conquista de la mujer del ámbito público, y podría deducirse que ocurrió lo mismo para el ocio.

Uno de los principales escenarios de estos cambios fueron las ciudades, en especial las capitales y grandes ciudades, que alcanzaron una doble representación simbólica: como producto o fuente de diversión y como representación de los cambios sociales de la época. Uno de ellos fue la apertura para las mujeres de los estudios superiores, aunque debe tenerse en cuenta que durante los años 20 y 30 más de la mitad de las mujeres no sabía leer ni escribir y la presencia femenina en la universidad apenas representaba el 2% del total. También se notó un aumento de la presencia femenina en el trabajo fuera del hogar, con la incorporación de mujeres de clase media a empleos de oficina, de educación y a la enfermería, lo que comenzó a resentir la importancia que se le había dado al eje doméstico (Aguado Higón y Ramos Palomo, 2007).

Sin embargo, aunque algunos espacios de ocio comenzaron a abrirse para las mujeres, sus opciones aún eran muy limitadas, y para muchas de ellas el espacio en el que las mujeres solían pasar el tiempo libre después del trabajo seguía siendo el hogar, y no era poco común que las madres animaran a sus hijas a divertirse antes de que llegara el matrimonio (Caspitegui, 2019). En el caso de aquellas privilegiadas que pudieron comenzar a disfrutar del tiempo libre en la esfera pública, lo hicieron disfrutando de actividades novedosas como el consumo de productos de belleza, el cine o los bailes públicos (Aguado Higón y Ramos Palomo, 2007; Caspitegui, 2019). En el caso de estos dos últimos, lo habitual era que se hiciera en compañía, ya que no estaba bien visto que una mujer acudiera sola a este tipo de espacios.

Durante los años de la dictadura franquista se produjo un retroceso en la situación la mujer, que quedó en manos de la Sección Femenina, retrocediendo a su papel tradicional (Riera

y Valenciano, 1991, citados en Ballesta Germán, 1993). Se minimizó el contacto entre hombres y mujeres, llegando a considerarse inmorales y las fiestas populares calificadas de peligrosas, a pesar de ser la única forma de interacción social lúdica a la que se tenía acceso en las zonas rurales. Lo mismo ocurría con el cine, considerado incluso más peligrosos que las salas de baile al ser salas oscuras que facilitaban el contacto físico entre las parejas (Prieto Borrego, 2018). En el ámbito del deporte pudieron introducirse algunas mujeres que pertenecían a la clase alta, pero siempre a la sombra de los hombres y, en la mayoría de los casos, siéndole asignado un papel decorativo en las gradas (Caspitegui, 2019). En el hogar, las mujeres encontraron una fuente de ocio en la radionovela y en la televisión una vez llegó a España.

A pesar de que la llegada de la democracia trajo consigo una apertura al exterior y facilitó tanto la lucha por los derechos de las mujeres como su acceso a nuevos tipos de ocio, las mujeres dedicaban a finales del siglo XX tres veces más tiempo al trabajo doméstico que los hombres, mientras que los hombres seguían dedicando más tiempo al ocio y al trabajo, contando con alrededor de dos horas más disponibles para dedicar al tiempo libre. Por otro lado, se observaron diferencias notables de edad, siendo los jóvenes (entre 18 y 29 años) y las personas de más de 64 años, presumiblemente jubiladas, las que dedicaban más tiempo al ocio (Page, 1996). Durante este tiempo, las radionovelas y, posteriormente, las telenovelas tuvieron un papel fundamental en el ocio femenino. El momento de sentarse a escuchar el episodio diario de radionovelas como *Lucecita* (1967) o *Simplemente María* (1971-1974), suponía en muchos casos el único tiempo de descanso de las mujeres, en especial de las amas de casa. En el caso de la radio, no deben obviarse otros programas dedicados al público femenino. Uno de los más exitosos fue *El Consultorio de Elena Francis* (1947-1984). En dicho programa, una supuesta consejera respondía a las cartas de sus oyentes. Aunque se planteaban problemas de toda índole, la mayoría eran de temática amorosa. Los consejos de «Elena Francis» reflejaban el rol que se otorgaba a la mujer durante la España franquista: sumisa y desvivida por su marido y sus hijos. Curiosamente, más tarde se reveló que quienes estaban detrás de dicho consultorio era un grupo de hombres (González-Galiana, 2003). El tiempo dedicado a las radionovelas pasó a ser ocupados por las telenovelas desde 1975, año en el que se emitió la primera de ellas: *Gabriela*.

El consumo de este tipo de programas tuvo consecuencias en la vida social de las mujeres, que comentaban lo ocurrido en los episodios con otras mujeres que también lo veían, por lo que podría vislumbrarse un incipiente primer vínculo entre el ocio femenino y la ficción

audiovisual, aunque a diferencia del anime, este tiempo de ocio se trata de un espacio feminizado.

En la actualidad, aunque ha habido notables cambios en la vida pública de las mujeres, los roles no parecen haber cambiado mucho de los que revelaban los estudios de finales del siglo XX. Las investigaciones actuales revelan que las mujeres trabajan en total más horas que los hombres, contando tanto las horas de trabajo fuera como dentro de casa (Altuzarra Artola et al., 2018). Aunque las desigualdades de género en el uso del tiempo están prácticamente mundialmente extendidas, esta varía según las condiciones sociopolíticas de cada país. En el caso de España, en comparación con otros países mediterráneos, está caracterizado por la presencia de rígidas normas sociales que fomentan el mantenimiento de los roles tradicionales (Giménez-Nadal y Sevilla 2012, citados en Altuzarra Artola et al., 2018). Además, se observan marcadas diferencias regionales debido al sistema político descentralizado del país, siendo las regiones que cuentan con mayor desarrollo económico las que presentan menor brecha de género relativa al tiempo libre (Altuzarra Artola et al., 2018). En el caso de Andalucía, los datos son representativos de la norma, siendo las mujeres las que asumen mayor carga de trabajo, remunerado y no remunerado, y cuentan con, al menos, una hora menos de tiempo de ocio en comparación con los hombres (Legarreta, 2010).

Por lo tanto, aunque durante la primera década del siglo XXI la distribución de las tareas domésticas haya cambiado debido a la incorporación de la mujer al mundo laboral, habiéndose reducido la brecha de género, las mujeres siguen asociadas al rol de cuidadoras familiares (Altuzarra Artola et al., 2018). Esto sigue afectando al mundo del ocio, que también continúa cargado de estereotipos de género.

El desarrollo del movimiento feminista, al reivindicar la redefinición de estructuras sociales, ha sido una pieza clave en el aumento de tiempo de ocio de las mujeres, pero sobre todo ha facilitado la posibilidad de que las mujeres se acerquen a espacios de ocio que han sido considerados típicamente masculinos (Henderson, 2002). Este será un aspecto importante en la presente investigación, al estar tanto el anime como los espacios dedicados a él normalmente asociados a los consumidores masculinos. Esto resulta especialmente relevante para las mujeres a la hora de interactuar en espacios físicos u online, ya que no debe olvidarse que el ocio tiene una carga social muy fuerte. Se presupone que fueron los hombres los que introdujeron a las mujeres al anime porque este producto resultó mucho más accesible para los hombres con anterioridad y, al disfrutar de ese ocio, introdujeron a amigas y familiares. De

hecho, esta es una de las principales hipótesis de este trabajo. Sin embargo, a la hora de relacionarse con personas no cercanas, las mujeres pueden encontrarse con entornos hostiles que las rechazan y las consideran invasoras de ese espacio, lo que puede llevar a una lucha interna por legitimar su pertenencia. Estas cuestiones serán tratadas en mayor profundidad a lo largo del trabajo.

Capítulo II: El anime, su introducción en España y las comunidades de fans

2.1. Conceptualización y orígenes

Debido a su estrecha relación, no se puede hablar de anime sin hacerlo primero de manga. Una parte considerable de la producción animada japonesa está basada en obras manga previamente publicadas, en especial aquellas destinadas al formato televisivo. Aunque también puede darse el caso contrario, en el que un anime original cosecha tanto éxito que es adaptado posteriormente a formato impreso, como ocurrió con las series *Evangelion* (1995) o *Cowboy Bebop* (1998). También es el caso del cine, en el que los filmes que cosechan mayor éxito suelen acabar obteniendo una adaptación a papel.

El término manga fue acuñado por el pintor japonés Katsushita Hokusai, y podría traducirse de manera literal como «dibujos aleatorios» («*man* 漫 (aleatorio, irresponsable, espontáneo, informal) y *ga* 画 (dibujo)») (Rodríguez Cruz, 2017). Aunque en Japón se utiliza para referirse a cualquier tipo de cómic, en el contexto occidental se utiliza para referirse exclusivamente al cómic japonés.

La obra de Katsushita Hokusai es conocida en todo el mundo. Este pintor es una de las figuras más importantes en el estilo artístico de grabados en madera denominado *Ukiyo-e*. El *Ukiyo-e* se caracteriza por un interés en plasmar la cotidianidad, lo mundano y los placeres efímeros, como el teatro kabuki, el sumo o los paisajes de lugares famosos. (Almazán y Barlés, 2007). La obra más famosa de Hokusai es sin duda *La gran ola de Kanagawa* (1830-1833), una xilografía incluida en la recopilación encuentra *Treinta y Seis vistas del Monte Fuji* (1831-1833). Esta obra ha sido recreada y homenajeada en numerosas ocasiones. A pesar de que todos los hijos e hijas de Hokusai trabajaron durante un tiempo en su taller, fue una de sus hijas, Katsushika O-Ei, la que ejerció de asistente y ayudante de su padre la mayor parte de su vida. La producción artística de O-Ei quedó invisibilizada durante décadas. Recientemente se ha redescubierto su historia. La historia de O-Ei fue contada por Hinako Sugiura en un manga llamado *Miss Hokusai (Saruberi)*, publicado entre 1983-1987. Esta obra fue adaptada en 2015 a una película anime del mismo título, que fue posteriormente adaptado a una película de anime en 2015, de la mano del director Keiichi Hará y la guionista Miho Maruo. Ese mismo año se publicó una recopilación con las pinturas atribuidas a O-Ei como parte de una campaña realiza en Japón para visibilizar a las mujeres artistas anteriores al siglo XX (Nadehara, 2016).

Resulta muy difícil situar los orígenes del manga. En términos artísticos, las primeras manifestaciones que se relacionan con el manga son las historietas *Chōjū-jinbutsu-giga*, atribuidas al monje Toba Sōjō y escritas entre los siglos XII y XIII (Rodríguez Cruz, 2017). Estas caricaturas influyeron notablemente en la obra de Hokusai, e incluían elementos que siguen estando muy presentes en el manga actual, como la aparición de animales antropomorfos. Sin embargo, pasarían varios siglos hasta los inicios del manga moderno, en 1918, cuando Rakute Kitazawa funda la *Manga Kourakukia* (Asociación del Manga Patriótico japonés) (Hernández Pérez, 2013). Este nuevo tipo de historieta estaba bastante influenciada por el cómic occidental, que se había popularizado gracias al éxito que alcanzaron Japón las revistas satíricas europeas y estadounidenses durante la segunda mitad del siglo XIX (Rodríguez Cruz, 2017).

A partir de 1931, año en el que se publicó *Norakuro* (*El perro callejero negro*) de Suihō Tagawa y hasta el fin de la Segunda Guerra Mundial, el manga se destinó a la propaganda imperialista y bélica. En menor medida, también empezaron a publicarse mangas de otras temáticas, fundamentalmente destinados al público infantil (Hernández Pérez, 2013). Finalizada la guerra, comienza el auge de la industria y las tramas de los mangas se vuelven más elaboradas y estructuradas, lo que llevará a ampliar la variedad temática con la que cuenta en la actualidad y que le permitirá extenderse a todo tipo de públicos.

En la actualidad, el manga se distribuye a través de revistas que se publican de manera periódica, normalmente semanal, bisemanal o mensual, y las obras que alcanzan un mayor éxito pasan a ser publicadas en volúmenes recopilatorios. La calidad artística del manga es reconocida a nivel mundial, hasta el punto de que la obra de Hirohiko Araki, autor de la longeva *Jojo's Bizarre Adventure*, fue expuesta en el museo del Louvre.

Por otra parte, el término anime (アニメ¹) se deriva de la palabra japonesa *animēshon* (アニメーション), adaptación literal de la palabra inglesa *animation* (Leonard, 2005). Al igual que ocurre con el término manga, en Japón se utiliza de manera generalizada, mientras que en occidente se refiere exclusivamente a la animación japonesa.

¹Nótese que la palabra *anime* en japonés está escrita con un alfabeto distinto de la palabra *manga*. Esto se debe al origen etimológico de ambas palabras. El idioma japonés tiene tres alfabetos: *kanji*, *hiragana* y *katakana*. Los *kanji* provienen del idioma chino y, junto con el *hiragana*, se utiliza para escribir palabras de origen japonés, como es el caso de *manga*. Las palabras de origen extranjero se escriben en *katakana*, y al ser *anime* una simplificación de una palabra adaptada directamente del inglés, no tiene equivalente ni en *kanji* ni en *hiragana*. La palabra *manga* sí que cuenta con adaptaciones tanto a *hiragana* (まんが;) como a *katakana* (マンガ), esta última utilizada en el ámbito marketing.

El anime se caracteriza por el uso de técnicas de animación tradicionales y de animación limitada (que se basa en reducir las imágenes que se usan en cada escena), y por la complejidad de las historias, centradas en lo intrincado de las relaciones humanas y el funcionamiento del mundo (Tsugata, 1992, citado en Yoshida, 2018). Esta complejidad es la que diferencia el anime de la animación occidental más clásica, que suele dirigirse a un público infantil (Puiggròs et al., 2005, citado en Cebrián Rodríguez, 2021).

2.2. Tipos de manga y anime

Tanto el manga como el anime utilizan una clasificación basada en el grupo demográfico al que se dirige, siendo los principales *Kodomo* (niños) *Shōnen* (chicos de entre 12 y 18 años), *Shōjo* (chicas de entre 12 y 18 años), *Seinen* (hombres adultos) y *Josei* (mujeres adultas). Estos a su vez se dividen en géneros según la temática de la trama (Nishiyama, 2016). Un anime puede clasificarse con varios géneros, dependiendo de la diversidad de elementos y recursos de la trama principal.

Al estar destinado a niños, las obras clasificadas como *Kodomo* suelen ser de aventura, fantasía y comedia, y suelen incluir elementos mágicos y animales. A pesar de su público, no es poco común encontrar escenas de contenido sexual (mucho más suave que en obras dedicadas a personas de mayor edad) o sexualización de la mujer, siendo el mejor ejemplo el anime *Doraemon*, en el que su protagonista está constantemente intentando ver desnuda a su interés amoroso. El *Shōnen* es la demografía que más se ha popularizado. Sus historias se caracterizan por estar protagonizadas por personajes masculinos jóvenes. Suelen centrarse en la acción la aventura y la violencia, dejando de lado el desarrollo de las relaciones entre los personajes, en especial el romance, que no suelen resolverse hasta el final del anime. Los géneros temáticos más populares dentro del *Shōnen* son: acción, fantasía, ciencia ficción, recuentos de la vida, deportes, *harem* y *ecchi*.

Los animes clasificados bajo el término *harem* son aquellos en los que el protagonista está rodeado de varias mujeres que están enamoradas de él. Las tramas giran en torno a cómo el protagonista se relaciona con cada una de las chicas. Estos animes suelen estar también categorizados como *ecchi*, género que se refiere a la inclusión de escenas de contenido sexual o erótico que no llegan a ser del todo explícitas. Estas escenas no aportan nada a la trama y suelen estar enfocadas en la sexualización de los personajes femeninos, que suelen llevar poca o ropa y verse envueltas en escenas incómodas de carácter erótico en beneficio del personaje principal.

Al ser la demografía más popular fuera de Japón, el *Shōnen* es también la más estudiada. López Rodríguez y García Pachecho (2011) realizaron un amplio estudio en el que identificaron los roles que suelen desempeñar las mujeres dentro de este tipo de obras. Los principales son objeto o sujeto amoroso, es decir, personajes que o bien están enamoradas del protagonista o son objetos de deseo de este. Otro rol que se repite es el de aliada del protagonista. Aunque estos personajes se presenten como capaces de pelear y defenderse solas, al final siempre necesitan ser salvadas por el protagonista. Otra opción para la aliada es ser la sanadora del grupo principal o una consejera que guíe al protagonista en momentos puntuales. Tampoco es raro encontrarse personajes femeninos en el rol de víctima o damisela en apuros, es decir, mujeres cuyo único papel en la historia es ser salvada o violentada por el elenco de personajes masculinos de la historia. Relacionado con este rol se encuentra el de mujer atormentada, personaje atado al sufrimiento y destinado a un final trágico. En menor medida son presentadas como enemigas, pero rara vez tienen agencia y suelen estar sometidas a algún personaje masculino. Existen algunas obras que tienen a una mujer como heroína de la historia, pero estas son muy escasas.

Al estar destinado también al público masculino, el *Seinen* tiene numerosas características similares al *Shōnen*. Los géneros más habituales que se pueden encontrar bajo esta demografía son: acción, comedia, ciencia ficción, horror y misterio, psicológico, *ecchi* y, ocasionalmente, recuentos de la vida. En comparación con el *Shōnen*, el *Seinen* se caracteriza por ser mucho más oscuro y violento. Los mensajes que transmiten estas obras suelen ser menos optimistas, y los finales infelices son bastante habituales. Estas obras incluyen escenas sexuales mucho más explícitas, en ocasiones pornográficas, aunque el argumento no gira en torno a ellas. El papel de la mujer en el *Seinen* es también muy parecido al del *Shōnen*, aunque dentro del contexto del *Seinen* estos personajes están expuestos a ser víctimas de niveles mayores de violencia.

Al ser su público las mujeres adolescentes, el término *Shōjo* suele relacionarse con el romance, y no es poco común pensar erróneamente que dentro de esta demografía solo se incluyen obras de ese género. Los principales géneros cultivados dentro de esta demografía son: terror, fantasía, ficción histórica, drama, recuentos de la vida, ficción histórica, comedia y el denominado *Mahou Shōjo*, que hace referencia a las obras protagonizadas por chicas mágicas. El nexo común entre estas obras es que suelen estar protagonizadas por mujeres, con algunas excepciones, y que se da más importancia al desarrollo de los personajes y de las relaciones entre ellos que en el *Shōnen*.

El *Josei* es similar en muchos aspectos al *Shōjo*, aunque la madurez tanto de sus tramas como de sus personajes es bastante evidente. La variedad temática dentro del *Josei* suele incluir comedia, romance, recuentos de la vida y drama. A diferencia del *Shōjo*, en el que suelen idealizarse las relaciones, en el *Josei* estas se presentan de una manera más realista. Las obras pertenecientes a esta demografía suelen presentar historias más complejas y temas más oscuros. También suelen incluir escenas de contenido sexual. Una gran cantidad de obras protagonizadas por hombres homosexuales también se clasifican como *Josei*.

Excluida de estas demografías se encuentran las obras eróticas y pornográficas, agrupadas bajo una misma demografía denominada *Hentai*. Altamente relacionado con lo anormal o lo prohibido, el contenido de estas obras suele incluir incesto, pedofilia, suicidios por amor o relaciones sexuales con animales o alienígenas, entre otros elementos. El contenido de estas obras está enfocado al público masculino, y suscitan gran polémica debido a la violencia explícita, física, psicológica y sexual a la que se ven sometidas los personajes femeninos en este tipo de animes (Cebrián Rodríguez, 2021).

2.3. El anime como medio

El anime puede adoptar tres formatos: televisión, cine y OVA o formato doméstico. Aunque en la actualidad es el anime televisivo el que predomina en el mercado, suponiendo un 60% de la producción animada mundial, los orígenes del anime se encuentran en el cine. Las primeras películas de animación japonesa se realizaron en 1917 y tenían tramas de temática humorística o relacionada con el folclore japonés. Un año después se estrenó la primera película creada con fines comerciales, titulada *Imokawa Mukuzo, Genkanban no Maki* de Oten Shimowaka, la cual comenzó a sentar las bases de las técnicas de animación que utilizarían posteriormente (Litteln, 2017; Patten, 2004, citado en Hernández Pérez, 2013)

De este periodo se destaca mucha producción de carácter propagandístico, que mezclaba la política con la tradición y el folclore japonés. En 1921, Seitaro Kitama fundó el primer estudio de animación de Japón, llamado *Kitayama Eiga Seisaku-sho*. Sin embargo, los estudios japoneses no contaron con los niveles técnicos de los estudios occidentales hasta una década después, siendo capaces de producir la primera película de anime con sincronización labial y sonido en 1932. Dos años más tarde, en 1934, se estrenó la primera adaptación de un manga a formato animado, la saga de películas protagonizadas por *Norakuro Gochou*, que contaban la historia de un perro que pertenecía al Ejército Imperial japonés (Hernández Pérez, 2013).

El comienzo de la producción de anime televisado se relaciona con la transformación y maduración del manga tras el fin de la Segunda Guerra Mundial. El anime televisado es, además del más consumido en la actualidad, el más estudiado desde el punto de vista artístico (Cebrián Rodríguez, 2021). Esto se debe a que, además de la animación o la narrativa, en la producción de estas series se cuida hasta el más mínimo detalle, dándose gran importancia a la calidad de la banda sonora, los temas de apertura y cierre y a las voces de los personajes (Napier, 2005).

Los teóricos consideran *Mitsuh no hanashi* como el primer anime destinado al formato televisivo. Emitido en 1960, consistió en tres episodios que adaptaba relatos clásicos japoneses (Clements y McCarthy, 2016, citados en Hernández Pérez, 2013). Sin embargo, el antes y después en la producción de anime lo marcó el estreno de *Tetsuwan Atom* (también conocido como *Astro Boy*) en 1963. De la mano de Mushi Productions y basado en el manga *Atom Taishi* (1951) de Osamu Tezuka, esta serie tuvo un éxito arrollador en Japón y revolucionó la forma de realizar y producir animación a nivel técnico (Hernández Pérez, 2013). Además, fue el primer anime en ser exportado fuera de Japón.

Hoy en día, las series anime son el formato más consumido a nivel mundial y se lanzan al mercado por temporadas estacionales (Meo, 2016). Los episodios se emiten de manera semanal, normalmente por televisión, aunque algunos animes recientes se han emitido de manera inédita a través de plataformas de *streaming*. La duración de los episodios oscila entre 20-30 minutos, y suelen agruparse en temporadas de entre 12 y 26 capítulos, aunque existen algunas más longevas que llevan años e incluso décadas emitiéndose (Cebrián Rodríguez, 2021). Asimismo, las series son posteriormente editadas y distribuidas en formato DVD o *Blu-ray*. En estas ediciones se incluye la última forma de distribución de animación japonesa: los OVAS (*Original Video Animation*), capítulos especiales de contenido variado y que suelen tener una duración ligeramente mayor que los episodios regulares.

2.4. La industria del anime en Japón

El anime y el manga cuentan con una enorme popularidad en Japón, habiéndose convertido en un negocio muy lucrativo (Kinko, 2005; Meo, 2016). En la actualidad, Japón cuenta con más de 430 compañías productoras de anime (Meo, 2016). Los animes son desarrollados por comités de producción dentro de un estudio. Estos comités no solo están formados por expertos en animación o guion, sino que incluyen también a otro tipo de

profesionales relacionados con la música, la radiofonía, la fabricación de juguetes y el marketing (Statista Research Department, 2021).

El papel que ha alcanzado la animación en la sociedad japonesa se debe en parte a figuras pioneras como Osamu Tezuka, creador de *Astro Boy* y conocido popularmente como «El Dios del manga», y a Hayao Miyazaki e Isao Takahata, fundadores de Studio Ghibli.

Studio Ghibli es uno de los estudios de animación más famosos del mundo, cuyas películas han sido alabadas por la crítica tanto dentro como fuera de Japón. Desde su fundación en 1985 ha producido un total de 22 películas de animación, un documental, 9 cortos cinematográficos, 2 videojuegos y un gran número de *spots* publicitarios y videos musicales. La primera película de Studio Ghibli fue *El Castillo en el cielo (Tenkū no Shiro Laputa)*, estrenada en 1986. En esta película se sentaron las bases de las características estéticas que caracterizan a las películas del estudio y, en especial a las de Miyazaki. El éxito internacional llegó en 2001 con la llegada a las salas de cine de *El viaje de Chihiro (Sen to Chihiro no Kamikakushi)*, película que ganó el Óscar a mejor película de animación, siendo hasta la fecha la única película de anime en hacerlo. Las películas de Studio Ghibli suelen estar protagonizadas por niños o adolescentes, normalmente mujeres, y tratan temas como el ecologismo, el paso de la infancia a la adultez y las consecuencias de la guerra. También es recurrente la inclusión de elementos de la mitología japonesa (Odell y LeBlanc, 2009). En 2001 se abrió un museo dedicado a las películas de Studio Ghibli en la ciudad de Mitaka, Japón, que se ha convertido en una gran atracción turística para visitantes de todo el mundo.

En Japón, un país de tendencia más pictocéntrica que los países occidentales, las imágenes de anime y manga están muy presentes en diferentes escenarios de la vida cotidiana (Napier, 2005). Pueden encontrarse en escaleras de lugares públicos, vagones de metro y productos de alimentación, entre otros. Las ventas de productos relacionados con el anime supusieron unos ingresos de casi 582.000 millones de yenes en 2020, siendo la mayor fuente de ingresos nacionales para la industria del anime (Statista Research Department, 2021).

En cuanto a las emisiones televisivas, estas se realizan de manera continuada a lo largo del día, comenzando con programas infantiles o para todos los públicos durante la mañana y la tarde y, a partir de las once de la noche, los programas para adolescentes y jóvenes, siendo estos los que tienen mayor proyección de mercado (Napier, 2005). Los ingresos por emisión televisiva fueron de 83.900 millones de yenes en 2020, una cifra inferior al año anterior atribuida al crecimiento de las plataformas *streaming* en Japón. La cifra de series de anime

emitidas en el año 2020 fue de 185 animes nuevos y 93 continuaciones. Ambos suponen un descenso en relación con los datos obtenidos en 2019, atribuido a las consecuencias de la pandemia COVID-19 (Statista Research Department, 2021).

De igual manera, el cine de animación ocupa los primeros puestos en la taquilla, ingresando 61.700 millones de yenes en 2020. El aumento de los ingresos en el cine de animación vino a raíz del éxito de *Kimi no na wa (Your Name)*, dirigida por Makoto Shinkai, que recaudó 25.000 millones de yenes japoneses en 2016. Asimismo, en 2019 el cineasta volvió a cosechar un gran éxito con el estreno de *Tenki no Ko (El tiempo contigo en España)*. En 2020, la película más taquillera en Japón fue la película *Kimetsu no Yaiba: Mugen Ressha-Hen (Guardianes de la Noche: Tren Infinito en España)*, continuación de la primera temporada de la serie *Kimetsu no Yaiba* y dirigida por Haruo Sotozaki, que también se convirtió en la película más taquillera en Japón hasta la fecha, recaudando más de 40.000 millones de yenes japoneses (Statista Research Department, 2021).

El año 2020 fue el décimo consecutivo en el que el mercado del anime registró un crecimiento, tanto a nivel nacional como en el extranjero (The Association of Japanese Animation, 2021). Mediante el anime, el país ha conseguido un papel importante en la economía mundial, siendo este el principal producto cultural que exporta el país, haciéndose un hueco no solo en otros países del sudeste asiático como Corea del Sur, sino también en Europa y Estados Unidos (Napier, 2005). En 2020, la industria del anime generó en Japón alrededor de 1,24 billones de yenes en ventas en el extranjero (Statista Research Department, 2021).

2.5. La industria del anime en España

Al igual que sucedió en Estados Unidos y otros países de Europa, en España se empezó a importar animación japonesa por una cuestión económica: era mucho más barato que producir series animadas propias. En relación con la manera en la que el anime se ha ido introduciendo en la esfera cultural española y el surgimiento y evolución de una comunidad en torno a él, se pueden diferenciar tres etapas.

La primera etapa se inicia el 28 de septiembre de 1969, día en el que se emitió el primer anime en España *Kimba, el león blanco* (Gómez Aragón, 2012; Montero Plata, 2012). Durante este primer periodo se destacan dos animes que triunfaron entre el público de todas las edades, *Heidi* y *Marco*, emitidas en 1975 y 1977 respectivamente. Ambas series se convirtieron en un

fenómeno mediático que derivó en la creación de concursos, obras de teatro y *merchandising*, todo ello de carácter nacional (Hernández Pérez, 2013). Las series emitidas durante estos años eran de carácter infantil e incluían elementos y temáticas con los que el público occidental estaban familiarizados. Debido a ello, no suscitaron ninguna gran polémica o crítica social.

La segunda etapa coincide con el momento de mayor apogeo del anime en la televisión española, durante los años 90 y principio de los 2000. La emisión regular de anime en la televisión española vino facilitada por la implantación de la Ley de Televisión Privada de 1988. A partir de ese momento, tanto cadenas a nivel nacional como autonómico comenzaron a adquirir licencias de diversos animes, lo que facilitó el asentamiento definitivo de este en el país (Ferrera, 2020; Montero Plata, 2012; Gómez Aragón, 2012). De esta manera, en la década de los noventa llegarían a España las tres series que cosecharían mayor éxito durante su emisión: *Bola de dragón (Doragon Bōru)*, *Sailor Moon (Bishōjo Senshi Sērā Mūn)* y *Campeones: Oliver y Benji (Kyaputen Tsubasa)*. Estos dos últimos asentaron el *shojo* en la parrilla española, dominada en gran parte por el *shonen*. Por otro lado, *Dragon Ball* alcanzó un éxito sin precedentes, convirtiéndose en el primer anime del que se importaría *merchandising* oficial y en el primer manga editado en España. Los animes emitidos durante esta segunda generación incluían una mayor carga cultural de su país de origen, tanto en elementos y rutinas de la vida cotidiana como mitológicos. Estos elementos captaron la atención de los espectadores y generó un cierto interés por la cultura japonesa.

Todo lo anterior desencadenó en la creación de las comunidades de fans de la animación japonesa. Las primeras manifestaciones de dichas comunidades en el contexto español fueron a través de la compraventa de fotocopias, principalmente de *Dragon Ball*. En un principio, se trataba de una actividad realizada en el propio entorno de los fans, pero acabó convirtiéndose en negocio lucrativo para las copisterías, que guardaban el material que les llegaba para posteriormente venderlo (Montero Plata, 2012).

El contenido de las series emitidas en esta generación es diferente al de la primera. Al no tratarse de animes ideados para un público infantil sino adolescente, pero emitidos en España como tal, el contenido violento y sexual que aparecía en algunos de ellos generó gran polémica. Un ejemplo muy conocido es *Shin-chan (Kureyon Shin-chan)*, que llegó a las pantallas españolas en 2001 y estuvo emitiéndose durante más de una década. Sin embargo, no todas los animes tuvieron la misma suelta y algunas llegaron a ser canceladas. Esta polémica, junto con el desconocimiento de los medios del fenómeno de masas que estaba teniendo lugar,

provocó que los medios avivaran la controversia. La situación llegó al punto de que asociaciones y partidos políticos se pronunciaron en contra del anime y, en especial, de *Dragon Ball*, siendo este el comienzo de la visión social negativa hacia este tipo de producto y sus consumidores. Sin embargo, el movimiento fan siguió creciendo y estos acabaron comprometiéndose tanto con las historias como con el medio. De esta manera, comenzó la distribución de fanzines y la creación de eventos dedicados al anime, los Salones del Manga, siendo los primeros en celebrarse los de Barcelona (1995) y Jerez (2000), y que han acabado extendiéndose por todo el país.

Durante los siguientes años y hasta el presente, el interés hacia el anime y el manga ha terminado de consolidarse, dando lugar a la tercera generación. A nivel económico, en esta última década la distribución de este manga, anime y productos relacionados está de nuevo en auge. Las ventas de manga son cinco veces más altas que hace cinco años, suponiendo un 10% de las ventas totales de libros en 2021. En noviembre de ese mismo año, en la lista de los 100 libros más vendidos según Todostuslibros.com, 20 eran mangas e incluso uno de ellos entró en el top 10 (García, 2021). También se ha incrementado el número de editoriales especializadas en manga y se ha aumentado el número de licencias.

Los datos sobre el consumo de anime son más difíciles de obtener, debido a la poca colaboración de las empresas de distribución de este, a los pocos estudios al respecto que se han llevado a cabo en España y a las peculiaridades de las formas de consumo de este medio que dificultan la obtención de datos exactos. La emisión de anime por televisión ha disminuido considerablemente, limitándose a la emisión de series infantiles en canales dirigidos a este público. El resto de series anime licenciadas se comercializan en formato de venta o, en los últimos años, se incorporan a plataformas de *streaming*. La llegada de estas plataformas puede haber influido en el aumento del consumo de anime, al hacerlo más accesible. Tanto *Amazon Prime* como *Netflix* cuentan con un amplio catálogo de anime, esta última incluso involucrándose en la coproducción de series y películas de anime. Tampoco puede obviarse el consumo de anime a través de páginas no legales, con subtítulos hechos por los propios fans y que se distribuyen a pocas horas de su estreno en Japón. Esta es una opción bastante popular entre los consumidores, en especial debido a los largos tiempos de espera entre el lanzamiento de las series y su distribución en España.

En el caso del cine, también se está observando una tendencia al alza. Películas como las de Studio Ghibli (incluyendo reestrenos) o Makoto Shinkai siempre han tenido su público.

Además, a raíz del éxito que tuvo *Guardianes de la Noche: Tren Infinito*, se han traído a España más películas relacionadas con animes televisivos.

2.6. El fenómeno fan y los *Fan studies*

Los trabajos sobre anime desde una perspectiva de audiencia son escasos. Sin embargo, este tipo de estudios junto a la dimensión colectiva de creación de significados respecto a un producto cultural han sido llevados en continuas ocasiones a los ámbitos del cine, la música y las series de televisión, entre otros. Un gran estudioso de lo que él mismo denomina *Fan studies* es Henry Jenkins. Este autor hace hincapié en el fenómeno o proceso mediante el cual los significados se vuelven culturalmente significativos al ser compartidos por un grupo mayor. A estos grupos se les denomina «comunidades interpretativas» (Jenkins, 2018). En estas comunidades se establecen una especie de normas o reglas interpretativas acerca de las expectativas del desarrollo de la trama, interpretación de los personajes y la coherencia narrativa, en especial de las posibles extrapolaciones que pueden hacer los receptores del producto cultural (Rabinowitz, 1985, citado en Jenkins, 2018). De manera coloquial, los consumidores se refieren a estas comunidades como *fandoms* (este término surge de la unión de las palabras «fan» y «dom», siendo esta última una abreviatura de: dominio o lugar).

Aunque por el término pueda parecer algo novedoso, los primeros *fandoms* surgieron mucho antes de la existencia de las redes sociales y de la popularización de internet. Se trataban de grupos de aficionados unidos por el deseo de comentar sus gustos (ya fueran películas, series, música, videojuegos, etc.) con otras personas. Los investigadores consideran un fandom un modo particular de recepción junto con un conjunto de prácticas críticas interpretativas. Se trata de una cultura participativa, caracterizada por tener pocas barreras para la expresión artística. De esta forma, pueden ser entendidos como lugares de aprendizaje informal en las que se comparten creaciones artísticas y se produce un apoyo hacia dicha creación.

Las actividades llevadas a cabo por los *fandoms*, además de reuniones, solían estar relacionadas con las producciones culturales no autorizadas o alternativas. Ejemplo de ello son las historias creadas por fans (*fanfiction*), obras de arte (*fanart*), revistas (*fanzines*) o el disfraz (que en el caso del anime suele ser referido como *cosplay*). Además, y sobre todo previamente a la proliferación del uso de internet, también facilitaban la distribución de música y material audiovisual que podría resultar difícil de conseguir (Jenkins, 2018).

Estudiar las comunidades de fans resulta interesante por varios motivos. El primero de ellos es las relaciones afectivas que comparten ciertas personas hacia un determinado producto cultural que, al poder compartir ese vínculo con otros miembros de la comunidad se convierte un elemento clave en la construcción identitaria. Además, suele darse una especie de ambiente de tutoría de los miembros veteranos hacia los novatos (Jenkins, 2018). También puede observarse una cierta «hermandad» entre sus miembros. Puede ser interesante plantearse por qué se habla de hermandad y no de «sororidad» en estas comunidades, ya podría ser reflejo de un posible sesgo masculino que se da dentro de ellas. Las conexiones entre los miembros, sin embargo, no siempre son positivas, ya que la existencia de miembros que pueden considerar sus aportaciones importantes o que se consideran en una posición de superioridad frente a nuevos miembros o miembros que considera inferiores puede crear un ambiente de rechazo hacia la propia comunidad.

En segundo lugar, el acceso a redes sociales por parte de los fans ha revolucionado la forma de producir y consumir contenido. Las redes sociales han facilitado que estos aspectos del *fandom* sea más accesible, pero también ha roto las relaciones entre estos niveles de compromiso. Un fan ocasional puede participar y adoptar los modos de comportamiento de una comunidad sin estar tan implicado (Jenkins, 2018). Esto genera reticencias entre la propia comunidad, que busca defender sus modos de comportamiento y refuerzan las normas que deben cumplirse para ser parte de ella.

Por último, en dichas comunidades, a través de sus actividades y producciones discursivas, resulta interesante cómo se desarrollan temas como la identidad, los roles de género o la sexualidad (López Rodríguez, 2014). Esto suele provocar divisiones entre aquellos miembros que defienden los esquemas tradicionales y los que utilizan la libertad que les da la creación de material relacionado con los productos culturales que disfrutan para desarticular estas normas sociales.

No debería pasarse por alto la relevancia que podría tener estudiar alguno de los tres puntos mencionados desde una perspectiva de género. Este tipo de investigaciones son útiles para conocer el funcionamiento de los fandoms y cómo las mujeres forman parte de ellos, así como las implicaciones identitarias que eso conlleva y su nivel de participación en ellos. Podría ser interesante conocer las actividades en las que más se involucran las mujeres y si existe alguna diferencia significativa en su contribución en actividades presenciales y online, siendo

importante destacar que un porcentaje bastante grande de *fanart* y *fanfiction* es creado por mujeres.

2.7. El fandom del anime en España

Para conocer el contexto de los participantes de la investigación, conviene conocer cómo suelen ser percibidos los fans del anime dentro de España y la manera en la que esta percepción ha ido cambiando a lo largo de los años. Como es natural, esta evolución va de la mano de las condiciones del contexto en el que se ha desarrollado. Hasta hace relativamente poco, en el país existía un fuerte rechazo hacia productos que se pueden calificar como «frikis», ya fueran películas, juegos de mesa o videojuegos. Se solía considerar estos productos como culpables de transmitir valores violentos a los jóvenes, siendo los causantes de comportamientos delictivos (Aragón, 2012, citado en Cebrián Rodríguez, 2021). El anime no fue una excepción, en especial al tratarse de un producto cultural introducido muy recientemente en España y al provenir de una cultura muy diferente. Como resultado, se calificó a los fans de antisociales y se generó rechazo hacia ellos al considerar que se salían de lo socialmente establecido (Cebrián Rodríguez, 2021).

Tanto por compartir las mismas aficiones como por este rechazo que existía hacia ellos, esta comunidad tomó conciencia de sí misma y se creó un fuerte vínculo de identidad de grupo. (Gómez Aragón, 2012). Con esta asociación, el colectivo se defendió de las críticas sociales y buscó su reconocimiento como grupo social. Además, comenzaron a movilizarse y a organizar eventos relacionados con sus intereses. Sin embargo, el reconocimiento y la aceptación no ha llegado hasta hace pocos años.

Especialmente a partir de la tercera generación, los fans del anime han pasado a conocerse popularmente como *otakus*. El término *otaku* (お宅) es de origen japonés, y en este país tiene un matiz negativo, al utilizarse para referirse a personas entregadas de manera extrema a sus aficiones hasta alcanzar un estilo de vida asocial. En España, al igual que el resto de países occidentales, este término se utiliza simplemente para referirse a aficionados al manga y el anime (Gómez Aragón, 2012). En la actualidad, y debido en gran parte a su popularización y aumento de accesibilidad, ser aficionado al anime no se asocia tanto con el estereotipo negativo de marginales (Cebrián Rodríguez, 2021). El anime puede ser consumido de manera individual, pero también en compañía de familiares, amigos o pareja, entre otros, incluyendo desconocidos en las salas de cines y otros espacios.

Esta evolución ha podido darse principalmente por cuatro razones. La primera de ellas es la ampliación del espectro de series de animación para adultos en occidente, comenzando esa desvinculación del concepto de animación y el público infantil, además de una mayor comprensión de cómo funciona el anime. También resulta evidente la manera en la que la técnica y el estilo de animación típico del anime ha influenciado en series animadas occidentales.

La segunda razón es la aparente madurez del movimiento *otaku*. Este desarrollo está en gran parte motivado por el crecimiento de los niños que comenzaron a ver anime en los noventa y que formaron el sustrato del movimiento en España. La lucha de estos primeros aficionados por la aceptación social y la buena gestión de las asociaciones juveniles han sido fundamentales para el asentamiento de dicho movimiento.

La tercera razón fue el creciente reconocimiento del audiovisual japonés en occidente. De esta manera, el anime y el manga pasaron de ser productos de baja categoría en España a considerarse grandes productos culturales con un peso importante en la esfera pública. Un papel clave en este reconocimiento lo tuvieron las películas de Studio Ghibli, que triunfaron a nivel internacional.

Por último, se reconoció el potencial económico de la comunidad *otaku*, que dedican parte de sus ahorros a comprar materiales relacionados con sus aficiones, abriendo nuevas posibilidades de mercado (Gómez Aragón, 2012). Tampoco debe ignorarse la posición actual de Japón a nivel mundial, reconocida como una potencia económica y cultural (Cebrián Rodríguez, 2021).

La proliferación de los espacios online ha fomentado la conexión por compartir la afición por el anime, se han creado comunidades en las que comentar y discutir sobre las series. Estas comunidades también son un lugar en el que distribuir de manera alternativa mangas y animes que resultarían inaccesibles para el público occidental de no ser por ellas. Por lo tanto, si bien en un principio podría percibirse que el consumo de anime se trata de una actividad individual, esta se relaciona con diferentes formas de socialización (Hernández Pérez, 2013).

2.8. La mujer como fan del anime

Sabiendo que existen muy pocos estudios en los que se investigue acerca de la recepción de la audiencia y de las pautas de socialización en la comunidad del anime, no es difícil adivinar que las mujeres están totalmente invisibilizadas. Es evidente que, si la mujer se ha introducido

más tarde al ocio y al tiempo libre y al consumo de televisión, también ocurra lo mismo con el anime, al menos de una manera más activa y consciente.

Aunque no existan estudios ni datos oficiales relativos al consumo de anime por parte de mujeres ni de sus experiencias una vez dentro del *fandom*, es posible hacer acercamientos a través de estudios enfocados a otro tipo de ocio similares.

Respecto a la manera en la que las mujeres se introducen al anime, se puede recurrir al ejemplo de los videojuegos. El anime y los videojuegos tienen en común contar con un desarrollo cultural relativamente reciente en el contexto cultural español, que ha ido ascendiendo en los últimos años. Los estudios revelan que más de la mitad de las mujeres fueron introducidas a los videojuegos por parte de un familiar o amigo, normalmente masculino. También resulta significativo que suelen disfrutar de este tipo de ocio solas o en compañía de familiares o amigos, pero el porcentaje de mujeres que lo hace con desconocidos es muy reducido (Pérez Martín, 2006).

Las construcciones culturales dominantes en comunidades especializadas, entre ellas la del anime, han estado fuertemente marcadas por las tendencias imperantes en los roles de género. A pesar de que esto ha ido evolucionando y las mujeres cuentan cada vez con mayor participación, sigue siendo así. Esta consideración del género afecta a la vigilancia que se da entre y dentro de las propias comunidades de fans, generando una especie de «controles fronterizos» dentro de las propias comunidades. Aunque pueda atribuirse a estos controles un carácter protector de la comunidad, estos acaban convirtiéndose en una forma de exclusión a los demás, y las mujeres suelen ser el foco de atribución de estereotipos negativos. Por un lado, los productos que prefieren las mujeres pueden ser evaluados de manera más peyorativa por este hecho, y a las fans femeninas se les suele considerar obsesionadas o demasiado apegadas a esos productos en comparación con los fans masculinos. De esta manera, se descartan más fácilmente sus intereses, espacios y compromisos (Busse, 2013). Por otro lado, cuando una mujer se acerca a un producto cuya base de fans es en su mayoría masculina, esta suele ser cuestionada o interrogada acerca de sus gustos para comprobar si es una auténtica fan. De esta manera, si las mujeres se adecúan al estereotipo sus comportamientos refuerzan las ideas preconcebidas, pero cuando actúan en contra de este sus conductas se consideran aberrantes o con connotaciones negativas (Busse, 2014).

La situación de las mujeres en el *fandom* se puede entender si se tiene en cuenta el «capital cultural», concepto basado en las ideas de Pierre Bourdieu que se refiere a la necesidad

de los fans de demostrar sus conocimientos respecto a un determinado producto para obtener reconocimiento (Fiske, 19992, citado en Yodovich, 2021). De esta manera, los aficionados crean una especie de discriminación entre ellos y los no fans, y dentro del propio grupo de fans entre los que consideran «fans auténticos» y «fans falsos». Esto se relaciona con el principal postulado de la teoría de identidad social, según el cual los individuos buscan crear una autoimagen positiva mediante las relaciones con el grupo al que pertenece y con el que se compara, que en este caso sería el fandom (Tajfel y Turner, 1979, citados en Tagel et al., 2020). Así, se produce una especie de segregación y se crea una jerarquía dentro de la comunidad y de las propias prácticas que se llevan a cabo (Yodovich, 2021).

En los fandoms, las mujeres suelen considerarse minoría molesta no deseada, y se las califica de histéricas, emocionales y superficiales. Dentro de este rol asignado, las mujeres suelen asociarse a dos estereotipos o tropos distintivos: la novia del fan masculino o la falsa chica friki. Se las acusa de infiltrarse en los espacios dominados por hombres para llamar la atención de los hombres, sentirse deseadas y encontrar pareja. Las «falsas chicas frikis» suelen estar relacionadas con el anterior estereotipo, y se considera que no conocen a fondo el fandom ni el producto que consumen, además de participar en prácticas incorrectas y de no estar suficientemente involucradas de manera intelectual. También se considera que solo les gusta un determinado producto porque le resultan atractivos los personajes masculinos. El resultado es que los fans masculinos crean unas normas estrictas para pertenecer a la comunidad, siendo las mujeres el principal blanco de estas (Yodovich, 2021).

El primer paso para crear un sentimiento de pertenencia en una comunidad es que los miembros veteranos establezcan un dominio sobre la comunidad. En los espacios frikis, las mujeres en un principio interiorizaron que estas comunidades e identidades eran exclusivas de los hombres. Si se entiende que las mujeres suelen ser introducidas a este tipo de ocio por los hombres, es inevitable que se crea esa diferencia de poder. Lo que en un principio no tiene carácter hostil, el creciente interés de las mujeres hacia estos productos, acaba derivando en la estigmatización de las mujeres. Esta actitud se utiliza como justificación de por qué algunos individuos deben de ser tratados con recelo, ya que su inclusión es una amenaza potencial a sus valores y una contaminación del colectivo. En algunas ocasiones, las mujeres pasan por una etapa preliminar una «prueba de iniciación» para demostrar su valía. Estas suelen consistir en seguir unas normas de conductas determinadas, demostrar la autenticidad de sus identidades, normalmente alienándose a los intereses de los fans masculinos y a las consideraciones de ellos. No demostrarlo, además de poner en peligro la inclusión dentro de la comunidad, puede generar

sentimientos de vergüenza e inseguridad acerca de la validez de las propias aficiones (Yodovich, 2021).

Para que la pertenencia sea validada debe ser recíproca, y es posible que, desde una perspectiva masculina, las mujeres ya están incluidas dentro de la comunidad, ya que se les permite asistir físicamente a convenciones, frecuentar tiendas de cómics y *merchandising* o formar parte de comunidades online. Pero las fans no pueden hablar de los temas que desean o pueden sufrir interacciones inquisitivas. Esto quiere decir que, aunque estén incluidas, no pertenecen a la comunidad (May, 2013, citado en Yodovich, 2021).

Si resulta complicado encontrar datos relativos a los usos y hábitos de consumo de anime en general, específicamente sobre mujeres es aún más complicado. Se ha notado un incremento significativo de las fans femeninas del anime y el manga en la década pasada, tal y como queda reflejado en los datos de ventas y en el incremento de las mujeres que asisten a convenciones (Napier, 2009).

No se debe ignorar que el anime, al igual que todos los tipos de productos culturales, está determinado por una serie de condicionantes sociales y reproduce patrones de comportamiento de acuerdo con la sociedad en la que se desarrollan. De esta manera, inevitablemente en este producto se evidencian estereotipos de género. Esto es significativo, ya que los resultados del estudio de Cebrián Rodríguez (2021), revela que algunas mujeres admitían que los comportamientos sexistas y la manera en la que se representaba a las mujeres en los animes fue un motivo por el que dejaron de consumir este tipo de medio. Aunque las mujeres suelen reconocer este tipo de conductas en mayor medida, los hombres también identifican la existencia de distintos tipos de violencia hacia las mujeres en el contenido que consumen, incluyendo violencia física, verbal y económica, aunque las mujeres la reconocen en mayor medida, en especial la variable desigualdad de género. Estas desigualdades suelen ser atribuidas a las diferencias culturales entre Japón y España.

En resumen, si bien es posible que gran parte de las mujeres fueran introducida al anime por hombres, las barreras y dificultades impuestas por los hombres que pertenecen a dicha comunidad puede provocar un cierto rechazo o alejamiento hacia este producto.

Capítulo III: Resultados

Para llevar a cabo la presente investigación se realizaron tres grupos de discusión. Uno de ellos estuvo formado exclusivamente por mujeres. En este grupo se hizo un abordaje más directo de las cuestiones de género que en los demás, ya que se anticipó que las mujeres serán menos reacias a hablar sobre estos temas que los hombres si se les pregunta directamente. Un segundo grupo estuvo compuesto solo por hombres. Este grupo tuvo valor, sobre todo, a efectos comparativos con el primer grupo. El tercer grupo se trató de un grupo formado tanto por hombres como por mujeres. En él, se observó si existían diferencias en los discursos en comparación con los otros dos, así como en la manera de relacionarse.

Respecto a la confección de los grupos, se decidió que estos estuvieran formados por 5 personas, ya que se buscaba un número suficiente para que se diera lugar una conversación fluida, pero sin ser tan numeroso como para que algunas personas no pudieran intervenir tanto como les gustaría. También se decidió que pertenecieran al mismo rango de edad para facilitar la creación de un ambiente de diálogo a través de sus experiencias, ya que se considera que se trata de la generación que ha tenido un contacto más cercano con el anime al tener acceso a él más fácilmente. Además, para que la muestra fuera lo más homogénea posible se decidió realizar la investigación con estudiantes universitarios, para que así cuenten con un nivel sociocultural similar. Por nivel sociocultural no se entiende únicamente el nivel de estudios, sino también otros hábitos culturales sobre los que se les preguntará al comienzo del grupo de discusión, durante la presentación.

Respecto a la composición, uno de los aspectos a los que se atenderá es a las diferencias que se den en el discurso de cada grupo, poniendo especial atención a las mujeres del grupo femenino y del grupo mixto. Otro dato para tener en cuenta es el nivel de cohesión que se alcance en cada grupo. Al tratarse de personas con una afición en común, el anime, se espera un cierto nivel de homogeneidad en los grupos, lo que resultará positivo para la cohesión. Tener el mismo nivel de estudios también facilitará dicha homogeneidad. Sin embargo, también se espera que el planteamiento de algunos temas, en especial aquellos relacionados con el género, puedan afectar a dicha cohesión. La ventaja de esta homogeneidad es que facilitará la creación de un ambiente cómodo y de familiaridad en el que sea más propensa la conversación (Liamputtong, 2011, citado en Braun y Clarke, 2013).

A continuación, se expondrán los resultados obtenidos. En primer lugar, se comentarán datos relevantes acerca del transcurso de los grupos de discusión y, posteriormente, se explorarán las respuestas a las preguntas y temas planteados durante la discusión. Aunque se ha planteado este apartado por secciones para que los resultados estén más ordenados, es inevitable que se traspasen las barreras de estas, ya que las respuestas están interrelacionadas.

Teniendo en cuenta el desarrollo de los grupos y la fluidez de las conversaciones, se puede afirmar que el grupo más cohesionado fue el compuesto exclusivamente por mujeres. Las participantes de este grupo fueron las que más iniciativa mostraron a la hora de debatir y dialogar sobre los diferentes argumentos, halagos y críticas hacia el anime que iban surgiendo a lo largo de la discusión. Este ambiente de familiaridad que surgió en el grupo podría relacionarse con la «confianza» que muchos autores han identificado en los grupos de mujeres y que han relacionado como una respuesta a siglos de control y dominación masculina. Además, las participantes introdujeron temáticas que no estaban en la guía, como la representación de la comunidad LGBT en el manga y el anime. Este grupo fue también el que más reflexionó sobre la representación de las relaciones en el anime, ya que lo relacionaron directamente con el papel y desarrollo (o falta de ellos) que se da a los personajes en el anime.

El segundo más cohesionado fue el compuesto por hombres. En este caso, la conversación se concentró más en la calidad de la animación y la profundidad de las tramas de algunos animes y la falta de ella en otros. En este grupo también se trataron cuestiones relacionadas con el género de una manera crítica. Aunque puede interpretarse como algo muy positivo, tampoco debe ignorarse que la moderadora de los grupos era una mujer, y es posible que ese factor afectara a las respuestas.

El grupo mixto fue el menos cohesionado de los tres. Fue el grupo en el que a los participantes les costó más empezar a interactuar entre sí. Igualmente, en él se generó más debate y polémica, sobre todo en cuestiones de género, aunque también en ciertos aspectos del consumo.

Iniciación

Comenzando por la forma en la que los participantes se introdujeron al anime, se parte de la base de que todos ellos habían estado expuestos a distintas series anime durante su infancia. Por este motivo, algunos participantes afirmaron que el acceso o interés por el anime

surgió como una continuación natural a los hábitos o preferencias que tuvieron durante la infancia:

Diría que fue una cosa natural, ¿no? Eran dibujitos que yo veía de siempre, y era una serie que yo conocía. Y luego volv... los otros animes que yo me vi eran que me dieran otra cosa que ya conocía... Y luego empiezas a ver otro, porque siguen siendo dibujitos, yo qué sé. Yo creo que era una cosa así. (Participante 15)

Yo creo que también por la transición. Paraban de poner algo en Canal Sur o en *Boing* o lo que sea y yo decía: «Quiero seguir viéndolo». Pues lo busco en internet. Si me sale una página rara con gente asiática pues ahí que voy. (Participante 7).

Entre los principales motivos por los que continuaron con este interés se encuentra continuar viendo un anime que estaban viendo en televisión, ya que en muchas ocasiones las cadenas solo emitían una selección de capítulos y los participantes deseaban saber cómo continuaba. Del mismo modo, otros se vieron movidos por la nostalgia de volver a ver una serie que disfrutaban cuando eran más pequeños y de la que tenían un buen recuerdo:

Pues más o menos en segundo de la ESO. Igual. Porque vi una imagen de *Inuyasha*, me entró nostalgia de Canal Sur y digo: «Voy a ver cómo acaba eso». (Participante 14)

Este procedimiento fue el caso de 5 de los 7 chicos que participaron en los grupos de discusión y 2 de las 8 chicas, ambas participantes del grupo mixto. Respecto al resto de participantes, uno de los chicos fue introducido a través de un amigo, quien le mostró un episodio de una serie:

Yo empecé pues con... ¿Segundo de la ESO? ¿12 años? Puede ser porque... con los típicos portátiles de la Junta un colega me enseñó y me dijo «Illo ¿has visto esto?» y me puso el primer episodio de *Sword Art Online* en la clase de tecnología. Y me enganché. (Participante 12)

En las chicas encontramos más variedad. Una de ellas fue introducida por su anterior pareja cuando estaban en bachillerato. Aunque hasta ese momento el anime no le había llamado especialmente la atención, fue después de acompañar a su pareja a una convención que empezó a interesarse por este medio y todo lo que lo rodea:

Pero fue cuando iba a bachillerato. Y fue... bueno, me eché una parejilla a la que le gustaba el anime y me fui con él a [Nombre de la convención]. Y... bueno, me llamó me gustó el rollo, me gustó el ambiente «Esta gente... los cosplays...». Y ya a partir de ahí pues empecé a ver anime. (Participante 1)

Otra de las participantes comentó que tuvo su primer contacto en el colegio, porque era habitual que sus profesores le pusieran las películas de Studio Ghibli en clase:

Pues a mí las películas de Studio Ghibli me las ponían mis profesores en primaria. Nos ponían películas de Studio Ghibli. Y yo flipaba. (Participante 3)

Tres de las chicas fueron introducidas desde muy pequeñas por su padre, y esto les permitió ser conscientes en todo momento de que lo que estaban viendo era animación japonesa. Esto les permitió una mayor accesibilidad a otras series y normalizar el consumo de este medio:

A mi padre le gustaba mucho *Dragon Ball* y... y *Naruto*, y lo ponía en la tele y yo lo veía y me fue interesando. También veía *Doremi* y eso en la tele y como a mi padre le gustaba sí que sabía que era anime. (Participante 5)

Yo lo vi un poco por mi padre. Porque fue el que metió un poco en todo lo del anime. O sea, ahora que has dicho lo de pequeña yo me he acordado también de eso, de que mi padre me ponía... Lo que pillara de anime. Desde siempre. Y me acuerdo que uno de esos fue *One Piece* y no lo he visto nunca y no tengo recuerdo de eso, solo sé que estaba siempre en la tele. (Participante 4)

La accesibilidad tiene un papel muy importante, tanto en el inicio del consumo como en la continuación. Según los participantes también en la popularización del medio, cuestión en la que se profundizará más adelante. Volviendo a la introducción en el anime, una de las chicas se acercó al medio a través del manga, porque en la biblioteca de su pueblo tenían una colección:

Yo empecé con diez años leyéndome el manga... los tomos sueltos de *Fruits Basket* que había en la biblioteca de mi pueblo (Participante 13)

Por otro lado, uno de los chicos afirmó que él continuó viendo anime porque había DVDs de anime disponibles para comprar o alquilar en el videoclub al que acudía habitualmente con su madre:

Pues mi primero fue cuando tenía cinco años y me vi *Naruto*. O sea, me lo compraba de pequeño. Y eso fue con lo que empecé. [...] Recuerdo yo que me compraba los DVDs, ¿sabes? No sé si vosotros os acordáis de ¿los videoclubs? Yo me acuerdo de que iba con mi madre y, por ejemplo, del capítulo 20 hasta el capítulo 40 de *Naruto* «normal». Pues ahí me ponía. (Participante 7)

Hábitos de consumo

Una vez establecido este contacto, todos los participantes afirmaron que el momento en el que más consumieron anime y más activos estuvieron en actividades relacionadas fue cuando cursaban la Educación Secundaria Obligatoria (ESO). Sin embargo, las trayectorias varían a partir de ese momento.

En el caso de los chicos, si bien ha habido una reducción del consumo de anime, ninguno de los participantes afirmó haberse alejado del medio. En el caso de las mujeres sí que se produjo este alejamiento. El motivo más mencionado fue las malas experiencias con otros fans del anime, en especial aquellas que se produjeron en convenciones. El estar expuestas a un ambiente que no les gustaba hizo que tomaran la decisión de abandonar temporalmente no solo el consumo de anime sino otras actividades relacionadas como es el cosplay, del que se hablará más adelante. La sexualización de los personajes femeninos también supuso un motivo para dejar de ver anime durante un tiempo. Otro de los motivos mencionados fue la ausencia de tiempo libre en bachillerato. Como se verá a posteriori, para las chicas el tiempo libre sigue siendo un condicionante en el consumo de anime en la actualidad.

[...] En mi caso sí que es verdad que hubo un parón entre... No sé, a lo mejor entre bachillerato y eso que empecé a estudiar más en serio y dejé de ver tantas series y tal. Y me enganché por *Fullmetal Alchemist* en la carrera. No sé, hará a lo mejor dos años. Sí. Creo que fue en la cuarentena. Puede ser. Que tenía más tiempo libre y dije a ver qué es esto. (Participante 5)

Resulta especialmente interesante la última parte de la anterior cita. El papel de la cuarentena por la pandemia COVID-19 parece ser muy significativo en la vuelta al anime de aquellas participantes que se habían alejado. Sin embargo, en este regreso, al haber también un mayor nivel de madurez por tener mayor edad, ha habido cambios en el modo en el que ven anime, como por ejemplo ser un poco más críticas con el contenido.

Tanto hombres como mujeres afirman haberse vuelto más críticos o «exquisitos» con el anime que consumen ahora en comparación con el que consumían antes. Sin embargo, hay algunas diferencias respecto al significado de esta afirmación. Por ejemplo, en el grupo de formado exclusivamente por hombres lo identificaban con aspectos de la trama, en el sentido de que ahora buscan profundidad y temas oscuros y existenciales. En este sentido, hicieron una distinción entre el anime que ven ahora y el que veían antes, casi en exclusiva *Shōnen* de acción,

que denominaron «anime de garrafón» en una metáfora que hicieron con el consumo de alcohol:

La verdad ya... el anime de garrafón ya no te vale, porque ya lo has consumido muchas veces, entonces tres temas iguales, pero en vez de ser un tío es una tía, pero en vez de... en la playa es en la montaña... Es que no me vale, la verdad. (Participante 7)

Sin embargo, estas opiniones no fueron unánimes, y uno de los chicos no coincidió en absoluto con sus compañeros en este aspecto. Él afirma que, si bien ahora examina con más atención la trama, le siguen gustando los animes de fantasía y acción, aunque suelen repetir una misma fórmula:

[...] es verdad que puede que ahora mire más la trama que antes pero no tanto como ellos. Es importante, pero con que sea de acción donde hay personajes con poderes fantásticos a mí me vale. Creo que mis gustos no han cambiado demasiado. (Participante 10)

En el caso del grupo mixto y el formado por mujeres, cuando los participantes se referían a «ser más críticos» con los animes que ven, lo relacionaron sobre todo a cuestiones como la sexualización y al trato que reciben los personajes femeninos:

Me pasa un poco igual también. Tipo, me he visto mucha basura siendo muy chica y ahora soy como muy intolerante con muchas c... Yo creo que los selecciono más, en plan «esto no me gusta» ¿no? Como que voy descartando. Tipo... no soporto ningún tipo de sexualización. Cuando no hay personaje femenino la abandono. O sea, personaje femenino bien construido o más... la verdad es que se le puede pedir poco al anime. (Participante 15)

En el grupo de las mujeres también se mencionó la forma de tratar temas serios o delicados y la representación del colectivo LGBTI.

Sobre la frecuencia con la que ven anime en la actualidad, algunos participantes suelen revisar el catálogo de animes en emisión, y las rachas en las que ven más o menos depende del número de animes de este catálogo que les interese. Otros, sin embargo, prefieren animes que ya estén terminados, a no ser que sea una temporada nueva de uno que ya seguían previamente.

En el caso de Participante 1 también influye el tiempo que pasa con su pareja, ya que suelen ver anime juntos. Esto parece ser una anomalía, al menos entre los participantes del presente trabajo. La mayoría cuenta con otras personas que ven anime en su entorno cercano, pero no consideran ver anime como una actividad social y suelen verlo en solitario.

Otras excepciones fueron Participante 3 y Participante 4 que, aunque suelen ver anime solas, con cierta regularidad lo hacen también con sus familiares. Participante 7 también reconoce que alguna vez ha visto una serie de anime con amigos, pero en casos excepcionales. Siempre han sido series de un máximo de 12 capítulos para que pudieran terminarla el mismo día que la empezaron. Si bien ver anime es algo que los participantes ven solos, la mayoría de los participantes afirman comentar anime con otras personas, en especial otros amigos o familiares:

Yo mis amigos. La mayoría de mis amigos ven anime o han visto alguno recientemente y siempre comento los animes que me gustan con ciertos amigos. Creo que me ayuda a disfrutar más de ellos porque los comentarios que mis amigos hacen dan otra visión a lo que vi. Más aún si son del tipo de *Shingeki no Kyojin*, que dan lugar a distintas interpretaciones y teorías. (Participante 10)

Existen algunas excepciones, como son los casos de Participante 4 y Participante 13, que afirman tener a muy pocas personas que ven anime en su entorno y sentirse un poco solas en ese aspecto.

En el caso de las películas de anime es distinto, y sí que es más habitual verlas con amigos, e incluso ir al cine, así que podríamos afirmar que depende más del formato que del medio y, en ese sentido, no existen diferencias significativas en la forma en la que consumen otro tipo de medio audiovisual.

Respecto a la accesibilidad, como ya se ha mencionado, es un aspecto relevante para los participantes. Estos, reflexionaron sobre la forma en la que el anime es en la actualidad mucho más accesible que cuando ellos comenzaron a verlo de forma independiente. En esa época, la manera de encontrar los capítulos era en YouTube, normalmente en muy mala calidad y divididos en varias partes:

Participante 7: Encima que la pantalla estaba como medio cortada para que el *bot* de Youtube no reconociese el vídeo.

Participante 8: Con una foto así relacionada con el mundo del anime y...

Participante 10: El capítulo así en la esquinita

Participante 6: Que tenías que abrir la pantalla centrarlo mucho.

Algunos incluso recurrieron a dispositivos menos usuales para poder ver anime de la mejor forma posible. «Ojo, os tengo que decir que un buen sitio para ver anime de ese estilo

en Youtube es la 3DS. Porque: como no tenía tanta capacidad para poner vídeos pues te los cortaba». (Participante 9)

Poco después, empezaron a descubrir páginas donde ver anime de manera ilegal en internet. Esta sigue siendo la modalidad más utilizada por los participantes, ya que consideran que es la más completa y accesible. Además, los capítulos están disponibles a pocas horas de su estreno en Japón:

Sin embargo, luego después de YouTube sí que es verdad que pasé a: páginas piratas porque YouTube no te permite tenerlo todo. Tú ya ibas busca... te volvías más exquisito ¿no? Y querías algunos animes que no estaban en YouTube porque ahí no estaban todos y lo buscabas en páginas pirata. Y sí. Y ya luego es verdad que hay más plataformas que también los traen en mucha mejor calidad, pero muchos menos en cantidad. (Participante 7)

Claro son las páginas estas que son como de *fansubs* que cogen los hacen suyos y como lo dobl... no lo doblan, porque hay gente que lo dobla, pero a mí me gustaba más como el subtítulo. Y en algunas páginas de algunos *fansubs* me gustaba mucho. Y me iba... no sé me iba a la página del *fansub* este y me veía todos los que habían subido. Y los tenían en plan como en mil ochenta y los tenían como super bien y digo... aunque fuera una traducción en plan latinoamericana era una calidad que no podía competir con otra cosa. No sé. (Participante 8)

Todos están de acuerdo en que el anime es ahora mucho más accesible que cuando empezaron, en parte gracias a las plataformas *streaming*. Por ejemplo, Participante 9 comentó que su madre, al ver animes en el catálogo de Netflix y saber que es un tipo de producto que a él le gustaba comenzó a aficionarse a él: «Y mi madre también se ha visto un par de animes. [...] Dijo «Mira, está un an... Un dibujo de estos chinos está en Netflix, voy a ver cómo está».

Asimismo, otros medios con un público similar a los fans del anime, como son los videojuegos, incluyen promociones en las que regalan suscripciones a *Crunchyroll*, una plataforma especializada en anime y dramas japoneses, aunque no es la favorita de los participantes: «Si bueno yo recuerdo que si jugáis a videojuegos con el *game pass* creo que regalaban una suscripción de un mes a *Crunchyroll*. Pero vamos, la peor aplicación que he visto yo en mi vida. (Participante 13)

Esta creciente accesibilidad conlleva que el anime llegue a muchas más personas y se popularice: «Cuando nosotras empezamos era algo más raro, pero ahora es mucho más accesible. Eso también hace que le guste a mucha gente» (Participante 2). En principio, este se

considera como algo positivo, en especial si se tiene en cuenta la historia del anime en España y estigma que existe en torno a sus fans:

Yo creo que cuando te pones a analizar los animes no es como hace unos años que era como «Uf ve anime, ¿Qué es eso?». Quiero decir, eso era algo que lo seguíamos como tres o cuatro frikis y ya está- Pero que ahora es algo normal, como que la gente ahora dice «Hostia pues que guapo está este anime». (Participante 9)

Yo creo que también hoy en día las redes sociales un montón porque es que te sale en todos lados, rollo... te metes en Instagram y ya hay camiseta de algo que tiene dos capítulos y es como «Pero vamos a ver, ¿de dónde ha salido esto?». Y claro si te sale en todos lados ya dices: «Bueno, lo mismo me lo veo, porque si le está gustando a todo dios será por algo». Yo creo que antes de chico era más el meterte tú y decir «Ay me voy a leer la descripción a ver si está chulo». Ya... ya es que lo tienes ahí. (Participante 7)

De manera generalizada, los participantes consideran todo lo anterior como un avance. Creen que los fans deben apoyar estas nuevas facilidades para que las plataformas y distribuidoras se den cuenta de que el anime tiene público en España y es, por tanto, un negocio rentable. Que el apoyo funciona, es algo que se está viendo recientemente en las salas de cine, que cada vez se animan más a traer películas de anime, como señala Participante 8:

Vamos, un colega mío se fue al cine a ver la nueva de *Kimetsu no Yaiba*. En el cine de aquí, de [Nombre del barrio], y me dice: «No... que sale *Kimetsu no Yaiba*». Y yo pensaba que era el capítulo, y cogió con sus colegas y se fue al cine y no sé qué a ver *Kimetsu no Yaiba* al cine.

El acceso a una cantidad mucho mayor de anime que hace unos años se ve en general como algo positivo, aunque a algunos participantes también les resulta abrumador. Además, esta popularización ha supuesto que el anime se vuelva un producto mucho más *mainstream*, y esto a algunos fans puede no gustarle, y es este el momento en el que las barreras entre fans se hacen más gruesas: «Parece increíble, pero hay elitismo en el consumo de anime», afirma Participante 9.

Se hablará de la relación de los participantes con el *fandom* más adelante, pero se puede adelantar que no todas las experiencias que han tenido los participantes con otros fans fuera de su círculo cercano han sido agradables, tanto hombres como mujeres. El punto en común que tienen ambos en cuanto a los motivos es esta actitud en la que tienes que demostrar que eres «experto» en el medio para poder autodenominarte fan:

Es como que jerarquizan el propio consumo ¿no? Y dicen «Bueno, tú has visto algo que ha visto mucha gente, por lo tanto, ese consumo es de peor valor que el mío, que he visto esta serie que acaba de salir, que hay 40 iguales y, por lo tanto, solo lo hemos visto yo y mi primo».

(Participante 6)

Los participantes opinan que este tipo de conductas no depende del producto que se está consumiendo, sino de la relación que desarrollan los fans con el propio producto, que en muchas ocasiones puede ser llevada al extremo:

O sea, yo creo el problema como siempre no es el consumo sino la manera en la que te relacionas tras el consumo. Bueno, siempre y cuando tengamos en cuenta de que estamos hablando de un consumo sano y de un material que no propicie ningún tipo de... de ideología nociva.

(Participante 6)

Este participante profundiza en su argumento, y considera que el elitismo y este tipo de conductas al final son perjudiciales tanto para las personas que llevan tiempo viendo anime como para los que están empezando ahora, haciendo que se deteriore la parte bonita de ser fan de algo:

Claro. Que seas consciente de lo que están consumiendo y con responsabilidad. Pero una vez que haces un consumo sano y de: un material que es yo voy a decir bien intencionado porque no se meta en algo que no deba. Eh, ya la manera en la que tú te relacionas con los demás tras ese consumo es para mí la parte esencial de esto. La parte esencial de un fan. Si eres respetuoso y eres consciente de que lo que estás viendo no tiene que ser un calco de la realidad (.) y además tienes en cuenta los valores aparte de lo que estás viendo, pues entonces sí puede existir pues eso un fandom enriquecido y que se dedique a la comunicación a la información y el disfrute de una cultura que es preciosa. Sin embargo, por contrapartida siempre existe otro fandom que el que tiene sobre el elitismo, el guardar las cosas para así mismo. (Participante 6)

Las mujeres mencionaron que el elitismo de los otros fans con los que relacionaban en la ESO ha provocado que sean más reticentes a hablar de anime con personas que no sean de su círculo cercano. Afirmaron que en la actualidad detectan mucho más rápido comentarios o actitudes de este tipo y que, en cuanto lo hacen, se alejan de ese ambiente. Sin embargo, reconocieron que como cuando eran adolescentes había menos gente que veía anime, para integrarse veían algunos animes que hoy en día no verían incluso si se lo recomendará una persona cercana:

Claro, ahora no mucho más allá de eso. A lo mejor en la ESO me juntaba con gente que yo digo ahora «¿Por qué te juntabas con esa gente?». Pero claro, eran los que veían anime en la época

y sí que eran un poco más elitistas. Bueno, no sé si elitistas es la palabra, pero sí que eran más pesados con «esto sí que es anime de verdad». (Participante 5)

En el grupo mixto también se desarrolló esta idea. Una de las participantes, Participante 13, si bien la secundaba, opinaba que debían añadirse ciertos matices:

También es... También es que depende, porque yo, por ejemplo, con mi novio me pasa que se ha visto *Ataque a los Titanes* y le encanta, pero no está dispuesto a ver más anime, entonces... A mí me cuesta tomarme en serio su opinión. Entonces es que es como... Te has visto un solo anime que es muy está muy occidentalizado. Entonces, no sé hasta qué punto tu opinión está formada. No sé si me entendéis. Que no es por ser yo aquí... elitista, decir «No, tú no puedes opinar», pero es como... También hay que tener cierto peso. O sea, también tienes que al final tirarte... [...] Claro, tirarte desde los... yo qué sé, diez años, viendo anime y leyendo. Algo... Tiene que servirme de algo ¿no? Es como... podemos mantener una discusión sobre si este anime en concreto es mejor o peor o si hace ciertas cosas mejores o peores, pero si yo lo comparo con otras cosas y tú no puedes seguirme en la conversación pues, hijo mío, pierdes un poco de peso, en plan tu palabra pierde un poco de autoridad en ese aspecto. (Participante 13)

Resulta muy interesante este fragmento. En primer lugar, hay que tener en cuenta el perfil de la participante. Se trata de una mujer que lleva viendo anime desde que era pequeña, que afirma tener a muy pocas personas en su entorno con las que poder hablar de anime y que es activa en la comunidad *gamer*, donde afirma haber sido cuestionada por sus opiniones en más de una ocasión. Merece la pena resaltar el momento en el que dice «tiene que servirme de algo, ¿no?», refiriéndose a todos los años que ha estado viendo anime y leyendo manga. Podría ser un resquicio de esa necesidad socialmente impuesta a las mujeres de que todo lo que hagan debe tener una utilidad, incluso las actividades de ocio. También podría tratarse de una reproducción de los patrones sociales a los que se ha tenido que enfrentar para que dentro de los fandoms a los que pertenece (ya sea de anime o videojuegos) su opinión fuera considerada válida.

Preferencias

Sobre las preferencias sobre anime de los participantes, se observan diferencias significativas. Mientras que los chicos suelen consumir animes de fantasía, acción, misterio y, en menor medida, comedia, las mujeres muestran mucha más versatilidad. Además de los anteriormente mencionados, las mujeres también ven *isekai*, romance, recuentos de la vida, terror y gore, animes de deportes, y animes de estética y temática *steampunk*. Además, dentro de la fantasía les llama mucho la atención los temas mitológicos y, dentro de la comedia, la

parodia, en especial si es de otros animes. Estos resultados parecen ir contrarios al estereotipo de que las mujeres son «menos expertas» o que solo ven animes de romance.

Si en vez de los géneros se miran las demografías, los resultados son parecidos. Los hombres consumen exclusivamente *Shōnen* y *Seinen*. La única excepción es Participante 8, que también ve ocasionalmente *Josei*. Por su parte, las mujeres consumen de forma habitual tanto *Shōjo* y *Josei* como *Shōnen* y *Seinen*. De estos resultados puede interpretarse que tal vez los hombres siguen teniendo prejuicios inconscientes sobre los animes cuyo público objetivo son mujeres.

Las mujeres también ofrecieron una mayor diversidad de motivos por los que eligen un anime o elementos que prefieren que aparezcan. Mientras que los hombres se centraron sobre todo en la seriedad de la trama y la calidad de la animación, las mujeres enfatizaron, por ejemplo, en la presencia de personajes femeninos bien contruidos. Sin embargo, afirmaron que prefieren que no aparezcan personajes femeninos a que estén sexualizados o se las presente como inútiles o un mero interés amoroso. En cuanto al romance, les gusta que en las series se desarrollen tramas románticas siempre y cuando sean parejas bien hechas y fluyan con la trama en lugar de encasillar a los personajes femeninos en ellas. La presencia de *plot twist* también parece ser un elemento que les atrae, aunque no es lo más relevante para ellas. En el grupo formado por mujeres también hicieron énfasis en la inclusión de diversidad, en especial de la comunidad LGBTI.

Fueron las propias chicas las que introdujeron esta temática, cuando una de las participantes reconoció estar sorprendida de que no hubiera preguntas sobre «el mundo del *Yaoi* y lo turbio que es» (Participante 4). *Yaoi* es un término que se utiliza para referirse a animes protagonizadas por una pareja homosexual formada por dos hombres, en ocasiones con contenido sexual. En la actualidad, el término está cada vez más en desuso, prefiriéndose referirse a esta categoría como *Boys Love* o *BL*. El equivalente femenino sería el *Yuri*, actualmente llamado *Girls Love* o *GL*.

Cuatro de las cinco chicas consumían habitualmente productos orientales con representación LGBTI, tanto anime y manga, como *manhwa* (cómic coreano) y literatura china. Aunque se suele asociar a las fans femeninas con el *Boys Love*, las participantes también consumían productos con representación trans y sáfica. Sobre estas dos últimas, se quejaron de la escasez que hay en comparación con el *Boys Love*. Las participantes reconocieron que les gustaría ver más animes en los que la pareja principal fueran dos chicas. También afirmaron

que los buscan activamente, pero la gran mayoría han resultado ser *queerbait* o sexualizan a sus protagonistas:

Yo creo que es por eso también por lo que hay muy poco romántico femenino. Porque está todo tan sexualizado que es como «Venga, lo vamos a poner, pero vamos a hacer uno de romance femenino que al menos tenga de seis capítulos cuatro de... de incesto o de algo así rollo raro» (Participante 4)

Las participantes denunciaron que la sexualización de las parejas del mismo género, ya sean hombres o mujeres, es un gran problema en los animes que las incluyen. También denunciaron la existencia de cierto sector del fandom que fomenta este tipo de contenido y romantiza las relaciones tóxicas dentro de estas series:

Parece que dentro del mundo de... especialmente del *Yaoi*, parece que a la gente lo que le gusta es lo que sea tóxico y malo y como... no sé, es lo que más lo que más fama tiene (Participante 4)

Esta fama que comenta Participante 4 conlleva a que por parte del resto del *fandom* se sienta un mayor rechazo hacia estos productos y que sus fans tengan «mala fama». Las participantes parecen cansadas de este tipo de representación, y son bastante críticas a la hora de seleccionar un producto, afirmando que dejan de ver el anime en cuanto ven que la historia empieza a ser tóxica o turbia. También se quejan de que, aunque los hay, es muy difícil encontrar animes LGBTI alternativos y que escapen de estas premisas. Aunque los consuman, ven estos productos con una mirada muy crítica, y consideran que, al menos en el anime, la mayoría de las veces el objetivo no es dar visibilidad a la comunidad y representarla de una manera realista o similar a la que se representan relaciones heteronormativas y a las personas cisgénero, sino que se enfoca al fetichismo:

Es que desgraciadamente el mercado del *Yaoi* está más enfocado al fetichismo que alrededor de crear representación y representar una historia que tú digas «Ah, mira. Un besito». A mí me gustaría la historia de dos chicos que se enamoren y se quieren y no haría falta ponerle una categoría de *Yaoi* ¿sabes? Pero lamentablemente... (Participante 2)

Sin embargo, afirman que en el mundo del manga está emergiendo obras de contenido crítico o de denuncia social y ficción con buena representación LGBTI:

Es un manga, creo que tiene tres o cuatro tomos. [...] Trata las cosas de una manera más profunda. Por ejemplo, hay dos personajes que son novias y están prometidas, pero es como... Claro, no se pueden casar porque en Japón no es legal, y una no... no se lo puede decir a sus

padres. En plan, que es un poco más adulto, no se queda tanto en el romance infantil. Me gustaría que se profundizase un poco más en ese tipo de historias y no se quedase tanto en «Buah, patada, puñetazo», si te pongo un romance te pongo uno de heteros... Cisheteros. (Participante 4)

Ocurre algo similar lo mismo con el manhwa y con la literatura china. De acuerdo con las participantes, esta última, a pesar de estar sometida a una censura mucho más dura que los dos anteriores, tiene más margen de libertad que sus posteriores adaptaciones a animación o imagen real, en las que se omiten las partes en las que se hace explícita la relación.

Volviendo a las preferencias, los hombres afirmaban preferir actualmente animes más existencialistas y «adultos», refiriéndose con este último a ambientaciones más crudas. En comparación con las series que veían antes, casi siempre animes de acción que seguían los tópicos propios del género buscan algo que los estimule, mencionando tanto en grupo de solo hombres como en el mixto animes como *Neon Genesis Evangelion* o *Devilman Crybaby*, recalcando el carácter existencialista de ambos y la inclusión de temas maduros como el sexo y las drogas. Aunque las mujeres también ven este tipo de animes, parecen ser más críticas con ellos. En el grupo de solo chicas, sobre todo, se comentó que, si bien estos animes intentan tratar temas series y relevantes socialmente, muchas veces no lo hacen de una manera adecuada, cayendo en el morbo. Estas participantes consideran que varios de los animes en esta línea que han visto intentan ser profundos incluyendo estos temas, pero en realidad no lo son, porque se dedican a hacer una reflexión superficial:

[...] En plan, de cómo que cogen una historia super retorcida de drama y miseria por drama y miseria porque, en plan, a todas las chavalas les pasa algo, y luego ponen de fondo otra trama aún más retorcida de drama y miseria y drama y miseria y es como... con gore por encima. [...] Le tengo mucha tirria a esos animes porque me parece que los hacen super dramáticos para que parezca que tienen una profundidad que no tienen. Y me dio mucho coraje porque es un es un tema super duro, el suicidio en la edad escolar, como para que lo banalizasen así, no sé. No me pareció bien tratado. Pero porque luego encima le hicieron un *plot twist* de que es que le había pasado no sé qué y yo es como... no sé. Muy feo. Y eso sí creo que es una cosa que... De la que peca mucho el anime que es eso que por el morbo y tal. Es como que cogen historia super dramáticas, pero no le dan profundidad. Es como que es muy guay en la gente que se lo ve es muy guay por haberse visto este anime tan duro, pero luego cero reflexión. (Participante 5)

Respecto a la versatilidad de los animes de acción, las mujeres también están de acuerdo en que hay muchos patrones que se repiten, como recurrir al poder de la amistad para ganar la

pelea en el último segundo, pero esto no impide que las mujeres los disfruten y, en comparación, entre los participantes hay más mujeres que hombres que ven este tipo de anime en la actualidad. Mientras que ellos se fijaban más en otros elementos, el aspecto con el que son más críticas las mujeres es con el papel de la mujer. Esto no quiere decir que los hombres no lo sean, como se verá más adelante, pero para ellas la inclusión de buenos personajes femeninos en estos animes, a pesar de que sigan un cierto patrón en cuanto a tramas y recursos, les parece un soplo de aire fresco y hace que cambie su actitud hacia el medio, destacando este aspecto innovador sobre los anteriores de su género. Un ejemplo es los comentarios que se hacen sobre el anime *Jujutsu Kaisen*, diferentes en el grupo de hombres en comparación con el grupo de mujeres y el grupo mixto. Los primeros se refirieron a él como una serie que no aporta gran cosa en cuanto a trama y peleas, mientras que en los otros dos grupos se alabó como un ejemplo de obras con buenos personajes femeninos, un elemento que la hacía más disfrutable y, a ojos de los participantes, más innovadora que la mayoría de sus predecesoras.

El mal tratamiento de los personajes femeninos y su sexualización son elementos que los tres grupos consideran un motivo para dejar de ver un anime o que hace que no les llame la atención:

[...] Ahora, ¿qué necesidad hay de meter tetas cada cinco minutos? Es que no puedo. Yo he habido muchísimos animes que he tenido que abandonar por eso. No lo soporto. Se me hace muy incómodo. (Participante 4)

Lo mismo ocurre con la sexualización de menores. Sobre ello se habló largo y tendido en el grupo de hombres, quienes condenaron la representación, sobre todo en animes dirigidos a un público femenino, de niñas sexualizadas o la propia sexualización de las colegialas que hay dentro del mundo del anime: «¿Qué es una colegiala? Una niña de instituto. Literal, es una niña de instituto». (Participante 7). Otro recurso es la representación de seres divinos o criaturas mitológicas en el cuerpo de niñas pequeñas. En este último caso, mencionaron que algunos fans suelen justificar su actitud hacia esos personajes refiriéndose a que en realidad el personaje tiene muchos más años de los que aparenta físicamente, por lo tanto, no debería considerarse pedofilia, aunque esté presente todas las características físicas del cuerpo de una niña: «Es como: «Mira, este personaje lo puedo sexualizar todo lo que quiero porque tiene un cuerpo de una niña de diez años, pero es que tiene ocho mil».» (Participante 6). Los participantes calificaron como repulsivos este tipo de comportamientos. También enfatizaron en que este tipo de representaciones contribuyen a la difusión e incluso normalización de la pedofilia.

En esta línea, tuvieron una discusión sobre si este contenido se debería o no prohibirse o aplicarse algún tipo de censura:

Educar a la gente, exactamente. Y yo creo que una manera de educar, aunque no estoy muy de acuerdo a aplicar censura y tal, pero, tío, ser libre no significa ser un enfermo, ¿sabes? Por decírtelo así. Y yo creo que eso necesita un poco de regulación un poquito de decir «Mira, esto lo puedes hacer, esto no lo puedes hacer». O por lo menos... Ir a lo... A la moralidad humana, ¿sabes? Esa es mi opinión. (Participante 9)

Sin embargo, no se llegó a una conclusión clara, ya que, si bien consideraban que es un tipo de producto que no debería comercializarse, hoy en día con la proliferación de internet, aunque se prohibiera la gente seguiría teniendo acceso a él. También comentaron que, debido a cómo funciona el mercado, era poco probable que este contenido dejara de venderse mientras siguiera teniendo un público que lo consuma, aunque sea más que cuestionable moralmente:

El problema es que eso vende. Entonces, ¿tú cómo lo vas a prohibir si la gente lo va a comprar? [...] A ver sí, pero la ley de la oferta y la demanda... «Si yo sé que eso vende es que voy a dibujarlo. Va a haber alguien que se va a aprovechar así que ya que estoy soy yo. Además, si no yo puedo escribirlo y subirlo a las páginas estas de escribir historias». Si es que la gente lo va a ver. (Participante 7)

Para finalizar con las preferencias, tanto hombres como mujeres le dan importancia a la calidad de la animación, la trama y al desarrollo de personajes. Junto con la banda sonora, son los elementos por los cuales de manera unánime todos piensan que el anime debería considerarse un arte. Se hace especial énfasis en la animación y en la calidad de esta. El impacto fue tal que a partir de estas apreciaciones que uno de los participantes desea enfocar su carrera a la animación. A lo largo de los grupos de discusión, cuando los participantes mencionaban películas o series de anime que les habían gustado, siempre salía a relucir el estilo de animación:

El anime fue lo que pegó un boom muy fuerte y creo fueron como los primeros que explotaron como esa capacidad de hacer planos y hacer como secuencias o como... mostrarte cosas que la realidad no puede. Entonces, aunque Kubrick te haga una flipada con la cámara, como que todavía sigue cogiendo la realidad como punto de referencia, mientras que la animación no lo hace. O sea, la animación te puede explotar en la mente mientras que tengas la capacidad para imaginarlo y la... como el brazo artístico para poder dibujarlo puedes enseñárselo a los demás. Yo creo que eso es lo mejor lo que mejor hace. (Participante 8)

Anime como medio

Los participantes alabaron la calidad que suelen tener las series y películas de anime en lo que respecta a la animación, además de destacar lo importante que ha sido su desarrollo para la industria de la animación en general, como señaló Participante 9: «[...] crearon hasta su propia cultura y su propia estética de las series. Está por ejemplo el ciberpunk que lo creó Akira, no sé si eso lo sabíais». (Participante 9)

En general, consideran que la industria de la animación está bastante infravalorada en el mundo audiovisual de occidente, a pesar de la amplia gama de posibilidades que ofrece:

Es lo que ha dicho [Participante 10], si se considera el audiovisual un arte el anime por qué no. Vaya, en general la animación está infravaloradísima dentro de lo que es el mundo del cine y de las series cuando hay productos buenísimos y de una calidad que dices «Esto es una burrada», pero se sigue mirando por encima del hombro como diciendo «esto es de segunda» y no sé. La animación americana está chula, la española te la podría comprar... Pero la japonesa es la que más vende. (Participante 8)

El alcance de la animación japonesa a nivel artístico fue un tema de debate. Uno de los temas que tocaron fue las diferencias con la animación occidental. La apertura a occidente ha supuesto que se produzcan intercambios de manera bidireccionales, por ejemplo, algunos participantes comentaron que los arquetipos actuales del *shonen* son muy similares a los del cómic clásico americano, algo que teniendo en cuenta la historia del manga no resulta descabellado. A nivel estético parece suceder el efecto contrario, muchas series occidentales parecen haber copiado algunos de los rasgos que caracterizan al anime, llegando al punto de que a veces pueden confundirse:

Hombre yo creo que depende de la intención con la que se haga ¿no? Como, por ejemplo, por ponerte un par de... de animes ¿no? Con muchas comillas, que se suponen que son occidentales pero que son anime eh... ¿Avatar: La leyenda de Aang? Y Castlevania, por ejemplo. Que sí que tienen... No sé tienen un estilo visual que sí que es muy muy a la japonesa por así decirlo, pero que no son animes o sea anime, claro, son series occidentales ¿no? Entonces yo creo que, al final, ¿qué es lo que...? ¿En qué te basas tú para poder decir «Ah pues...»? En plan, ¿el origen de procedencia? Vale. Pero eso sign... como que le impide que sea rollo un producto hecho en España o que sea un producto hecho en Estados Unidos (.) ¿Impide que sea un anime? Si el dibujo es el mismo. (Participante 13)

A pesar de esas similitudes, además de acercamientos a la forma de animar, hay diferencias que siguen persistiendo. Una de ellas, señalada por las Participantes 13 y 15 es la forma de narrar, mucho más introspectiva que en la animación occidental:

Yo creo que... en plan a mí lo que me con lo que estás diciendo tú lo que puede ser es que a mí cuando veo animación occidental me da la sensación como que estoy viéndolo desde fuera. Ta... también no sé yo hasta qué punto es el tiempo que yo llevo viendo anime, pero en plan, cuando yo veo anime, sí que es un poco como decía ella como sí que hay muchos momentos que a ti te ha... como si tú los estuvieras viviendo en primera persona en plan rollo... Da mucho pie a reflexión interna, a... Tú al final estás viendo al protagonista como en una especie de monólogo interno constantemente ¿no? Y entonces sí como que te mete a ti más en el papel y rollo... Pues al final en las películas de Disney como que tienes muy claro que tú eres el espectador y que te están contando una historia. (Participante 13)

A nivel temático, los participantes comentaron que en el anime se tocan temas más maduros que en la animación occidental más tradicional. En este aspecto, las participantes del grupo de chicas consideraron que el anime, sobre todo las series más típicas, en muchos casos puede hacer de puente o transición de las series que veían de pequeñas y las series que ven de adultas:

Es como la transición ¿no? Un puente entre las series que veíamos más de pequeñas y las que vemos de más mayores. Que hay de todo, pero... los más famosos están como en ese medio, ¿no? Ni de niños niños ni de adultos (Participante 2)

En todos los grupos se mencionó en varias ocasiones a Studio Ghibli. Los participantes señalaron que las películas de este estudio tienen elementos para ser disfrutadas tanto por niños como por adultos. Mencionaron que para muchos de ellos fue un redescubrimiento volver a verlas cuando crecieron, porque descubrieron muchos matices interesantes y valores que no captaron cuando eran niños. Participante 2 comentó que las películas de Studio Ghibli «han hecho mucho por la cultura otaku», mencionando que es posible que tuvieran un papel importante en la normalización del consumo de anime en España, al menos en su generación. También se alabó el papel de la mujer en las películas de este estudio, que fueron algunos de los ejemplos de representación positiva que dieron los participantes en el desarrollo de los grupos:

Miyazaki muy bien, muy bien. Por ejemplo, en la propia *Princesa Mononoke* ves que el protagonista es un chaquetero, que no sabe muy bien de qué bando va, y está ahí como todo el

rato dando vueltas, y es que tiene menos protagonismo que la señora esta de la villa del carbón o la propia *Princesa Mononoke*, que eclipsa al protagonista muchas veces. (Participante 8)

Llegados a este punto, los participantes consideraron que efectivamente el anime es fruto de su cultura, y eso puede ser uno de los aspectos por los que llama la atención al principio y puede crear una fascinación por una cultura desconocida. Sin embargo, al ser culturas tan diferentes, los participantes también sufren choques culturales, sobre todo en la forma en la que se representan las relaciones de familia, amistad y pareja. Uno de estos aspectos es la manera en la que las relaciones en general ocurren de una forma mucho más implícita que en las series occidentales, motivo por el que los participantes consideran que para público occidental la forma en la que se representan las relaciones en el anime puede parecer muy superficial:

Sí, yo creo que en los estereotipos de relación está ultra normalizado la ausencia de comunicación per se. Es decir, el cliché ya sea cómico o sea serio, pero normalmente cómico, en series dedicadas al público infantil de «Tal persona me gusta», «Tal persona la odio», pero me paso toda la serie sin decírselo porque quiero que se dé cuenta esa persona o... yo ya no aguanto más, y de repente pase algo y se descubra todo, pero en ningún momento en casi ninguna serie fomentan la idea de «Eh, voy a decírselo». (Participante 6)

Tanto el grupo mixto como el de solo chicos enfocaron su crítica en este detalle. También hicieron énfasis en el tinte machista que suelen tener las relaciones:

Romance. Horroroso. Machista, la verdad es que no me gusta. Amistades las veo tontísimas rollo... un día nos peleamos porque resulta que yo he matado a tu tía abuela y al día siguiente nos pegamos y así nos hacemos amigos otra vez. Cuestionable. [...] Pero bueno, no te lo pones porque sea realista te lo pones porque está entretenido y ya está. (Participante 7)

Otros participantes criticaron la poca atención que se presta al desarrollo de las relaciones:

Es como la idealización de la hiperfijación personal como, por ejemplo, yo qué sé. Un anime... llega un personaje y principal y un personaje sin apenas personalidad, en este caso femenino, porque según avanza la serie no evoluciona, dice: «Bof, este chico es como ideal. Voy a perseguirlo durante toda la serie». y como que lo ven todo normal como que «Ah no es que le lleva gustando desde primero». Pero no hay desarrollo. (Participante 6)

En el grupo de mujeres también reflexionaron sobre ello, pero más que a características particulares de la cultura japonesa, ponen el foco en el machismo y los roles de género. De

manera correlacional a que sean más versátiles en cuanto a distintos géneros y demografías, establecen diferencias en la forma en la que se desarrollan las parejas en aquellos animes destinados para mujeres y hombres. Los problemas son distintos en este sentido, incluso opuestos, plantean. En el caso de los animes destinados a mujeres hay ocasiones en el que las relaciones, en especial las románticas, pueden acaparar el desarrollo del personaje:

[...] Y me gusta mucho que la chavala vaya evolucionando y que la relación romántica se vaya tratando muy poco a poco y no sea el tema principal, sino que sea un tema importante que le da profundidad a la historia pero que realmente no... no se apodera de ella como pasa en muchas historias así con protagonistas femeninas. (Participante 4)

Sin embargo, también comentan que existe más versatilidad dentro del *Shōjo* y en el *josei* aunque, de nuevo, son más visibles en el manga que en el anime, en especial porque las demografías mencionadas suelen adaptarse en menor medida. Participante 2, que siempre está muy pendiente de los animes que se encuentran en emisión, mencionó que incluso en el caso de los animes de romance, que suelen considerarse socialmente como algo «para chicas», en las últimas temporadas estacionales todos los emitidos iban destinados hacia un público masculino, y que cada vez es más difícil encontrar *Shōjo* o *Josei*, hecho que no le agrada por el modo en el que se representan las dinámicas entre los protagonistas. Además, las participantes también recalcaron que estos animes suelen centrarse más en incluir escenas con tinte erótico que en narrar una historia de romance, lo cual les disgustaba.

Las participantes de este grupo criticaron especialmente el modo en el que se desarrollan las relaciones en el *Shōnen*, y atribuyen estas dinámicas a dos motivos. El primero de ellos es que, al ser los hombres el público objetivo, existen ciertos requisitos sociales sobre lo que debe y no debe aparecer en una serie para ese público. El amor y los sentimientos son dos de esos temas que parecen tabú: «los hombres sentimientos no, solo puñetazos», comentó Participante 3. Por ello, las relaciones suelen resolverse en el último momento y, de acuerdo con las participantes, «las parejas después no tienen sentido» (Participante 2)

El segundo punto es la ausencia de personajes femeninos y de interacciones entre ellas. Si bien las mujeres destacaron la importancia que se da a la amistad en estas series y, a diferencia de los otros grupos, consideraban que era un mensaje bonito, aunque pudiera resultar repetitivo, se quejaron de que las únicas amistades que se desarrollan en este tipo de anime son las relaciones entre hombres:

Es algo que quería comentar cuando hablábamos de la amistad. Como los autores de *Shōnen* no quieren hablar de amor, en este tipo de series se construyen amistades masculinas muy bien hechas y muy profundas, pero a los personajes femeninos se los deja de lado. Entonces, las relaciones románticas siempre se desarrollan con un «Uy, hablan dos segundos y se sonrojan, eso es que se gustan». Y acaban juntos en el último capítulo. Si hay suerte hay beso. Y ya está. Y esperan que tú te lo creas, pero no. Y las amistades entre chicas ya ni hablamos. Muy vacías también, porque como no tienen desarrollo apenas hablan entre ellas. (Participante 5)

Las participantes señalaron que al haber tan pocas mujeres en los animes *Shōnen* y *Seinen* es más difícil que interactúen entre sí. De igual forma, comentaron que la mayoría de las veces en las que sí que se da una interacción entre dos mujeres, esta gira en torno a los hombres de su alrededor. Todas estuvieron de acuerdo en que les gustaría ver animes con más amistades femeninas, y algunas afirmaron que la relación que tienen los personajes femeninos entre sí es uno de los aspectos que más les llama la atención de forma cuando está viendo un anime.

En este grupo también se habló de la creciente importancia de las familias en el anime. Comentaron que, en general, se le da tanta importancia a la amistad porque apenas hay familia, ya que los protagonistas suelen ser huérfanos o la familia está ausente. Sin embargo, en los animes que han visto más recientemente, algunos que han cosechado bastante éxito, se les empieza a dar más importancia a la familia, sobre todo a las relaciones entre hermanos. Consideraron que se trata de algo positivo y que otorga más versatilidad.

Inevitablemente, las comparaciones culturales llevan al machismo, mucho más prominente en Japón, y que se ve reflejado en el anime y, sobre todo, en los personajes femeninos. En el grupo formado exclusivamente por hombres, destacaron que en los animes que ellos consideraban *mainstream* y, en especial, en el *shonen*, suelen estar plagados de estereotipos y conductas machistas. Esta discusión estuvo vinculada a señalar los aspectos negativos de la representación, centrándose sobre todo en las personalidades simples que tienen estos personajes y en la sexualización que sufren:

Sí, sí, en general la figura de la mujer en el anime 99'9% de las veces es una real basura, y a mí como mujer me daría un coraje increíble. Me da coraje ya viéndolo porque digo: «Si es que ¿por qué se te ha roto el vestido solo para tapar el pezón? ¿Y por qué tienes unas tetas así?» Es que no tiene ningún sentido. (Participante 7)

Uno de los aspectos que criticaron, es la debilidad de los personajes femeninos frente a los masculinos y que, en caso de presentarse un personaje femenino fuerte, siempre presenta

características que podrían considerarse más masculinas y, normalmente, está incluso más hipersexualizada que las demás mujeres del anime. Como ejemplo de una buena representación, uno de los participantes se refiere a una de las protagonistas de la serie *Cowboy Bebop*, y da los siguientes argumentos que son los que, según él, deben caracterizar a un buen personaje femenino:

Mira. Por lo menos el personaje como que tiene historia propia ¿sabes lo que quiero decirte? No va a... por ejemplo ligado al protagonista, no. Tiene la historia de ella. Tiene una personalidad fuerte porque es una de las protagonistas y, como la historia se centra más en ella, entonces a mí por ejemplo me parece un buen ejemplo de cómo hacer... Un ejemplo normal de cómo hacer un personaje femenino. No centrado en la historia de otros personajes ni en el romance, ni tampoco es un personaje secundario, sino que es un personaje principal con carácter propio que no sea ni un carácter ni un personaje que esté masculinizados, sino que es una persona con sus ideales y sus pensamientos y sus propios diálogos internos dentro de la obra. (Participante 9)

Por último, destacaron que en los mangas que están escritos por mujeres se percibe una mejor construcción de los personajes femeninos, aspecto que tuvieron en común con el grupo de mujeres. La industria del manga y el anime es bastante complicada para las mujeres, por lo que no son muchas las obras que los participantes conocen escritas por mujeres, al menos públicamente. Las mujeres parecían bastante enfadadas con este tema. En el caso del grupo formado por mujeres, estas demostraron un mayor conocimiento de obras escritas por mujeres, y se interesan mucho más en la autoría, soliendo buscar series basadas en mangas escritos por mujeres. «Cuando lo escriben mujeres se nota», afirmó Participante 5.

La mala representación de personajes femeninos fue señalada como un motivo para el abandono del anime o, directamente, para no empezarlo. Además, todas estaban de acuerdo en que, si bien la presencia de mujeres les hace disfrutar más ya no de un anime, sino cualquier serie o película, si la historia les parece interesante prefieren ver un producto en el que no aparezcan mujeres a que lo hagan de una forma que les resulte incómoda o desagradable. Las participantes criticaron el rol de algunas mujeres dentro del anime que son representadas exclusivamente para ser un objeto de deseo para el espectador masculino. Sobre esto último, comentan que los aspectos que más detestan es la forma en la que se dibujan los cuerpos y, en el caso de los animes de acción, la forma en la que las mujeres suelen perder la ropa o esta se rompe de manera reveladora:

Pero es verdad que me pasa un poco como a [Participante 4]. Hay veces que ponen a las mujeres como inútiles o que están todo el rato perdiendo la ropa o como interés amoroso del protagonista, y no me gusta nada eso. Es que no hay ninguna necesidad. La verdad es que ahora soy mucho más crítica con eso. Si en una serie representan mal a las mujeres me planteo no seguir viéndola, me tiene que gustar mucho la trama. Antes no era tan crítica con eso, pero ahora sí. (Participante 5)

Un detalle sobre la representación de los cuerpos en el anime que fue señalado por Participante 3, pero con el que todas estuvieron de acuerdo, es la musculatura. Para que los personajes cumplan con el canon de belleza, rara vez aparecen mujeres musculosas, aunque dentro de la serie tengan mucha fuerza física. «En plan, si tiene lo básico del protagonista en la primera temporada, pero en mujer es la hostia», comentó Participante 2 sobre el tema. A Participante 3, que ha empezado a ir al gimnasio y a introducirse en todo este tema a raíz de un anime que vio en el que aparecían personajes muy musculosos, le indigna bastante, sobre todo porque, según señala, incluso dentro de ese anime existe una gran diferencia entre el nivel de musculatura que se da a hombres y mujeres.

[...] Pero algo que me dio mucha rabia es que Jolyne, bueno, y las mujeres en general. Cuando te presentan a mujeres fuertes físicamente en el anime, no son musculosas. No tanto como los hombres. Eso me da mucha rabia. Yo quiero ver a mujeres mazadas también. Por tener un poco de músculo ya es una mujer mamadísima. No señor, una mujer mamadísima es una mujer tres veces yo, ¿sabes lo que te digo? Pero bueno. En eso también digo que yo últimamente me he metido mucho en el mundo de las mujeres musculosas y tal y es verdad que la gente en cuanto se le ve en plan que se le marca el músculo tonificado ya está mamada. Pero un hombre no, un hombre está mamado cuando un hombre es tres veces su brazo. (Participante 3)

De acuerdo con esta participante, al final lo que se está representando en el producto es un reflejo de la realidad. Así lo corrobora Participante 4, que también ha empezado a entrenar recientemente y se ha percatado de la diferencia de estándares.

Pasando al grupo mixto, el tema de las mujeres en el anime dio lugar a una discusión entre los participantes. Estos criticaron de forma unánime el papel dinamizador de los personajes femeninos, y también reconocieron que la autoría femenina se hace notar. Mencionaron que muy pocos animes, incluso los más nuevos, pasarían el test de Bechdel. Esta prueba sirve para evaluar las diferencias de género en distintas producciones culturales en base a tres reglas: que aparezcan al menos dos mujeres, que mantengan una conversación entre ellas, y que esta conversación no trate sobre un hombre. Ante esta afirmación, Participante 13

comentó que le parece injusto ser tan críticos con el anime, no solo porque se trata de un producto de otra cultura, sino que muchos productos occidentales actuales tampoco pasan el test de Bechdel y, desde su punto de vista, se pasan más por alto.

Participante 13: Que sí, sí. Lo que pasa es que a mí... a ver, a mí personalmente me parece injusto pedirle al anime lo que no le pedimos a las... o sea a las series normales. Porque yo qué sé, hay muchísimas películas y muchísimas series que, incluso siendo de este año o del año pasado, tampoco pasarían el test de Bechdel entonces es como...

Participante 12: Ninguna película de Tarantino pasa el test de Bechdel.

Participante 13: Claro, claro. En plan, claro, y sigue sacando películas tan ricamente, o sea que ese no es el punto.

En el grupo formado por hombres también se mencionó que muchos de los problemas que estaban hablando del anime en cuanto al papel de la mujer se siguen dando en productos occidentales. En ambos grupos se consideró que tal vez choquen menos porque la aproximación viene de una cultura más cercana a la propia. Sin embargo, mientras que en el otro grupo no se profundizó más en ello, en el grupo mixto Participante 15 intervino diciendo que, si bien en los productos audiovisuales occidentales que podrían considerarse más *mainstream* esto sigue ocurriendo, aun así, es posible encontrar productos con crítica y reflexión feminista, algo que nunca le ha ocurrido con el anime.

Hubo dos respuestas a este comentario. La primera fue la que más se alargó. Participante 12 respondió que sí que existían animes con esa reflexión, a lo que Participante 15 replicó que si podía decirle alguno. La discusión terminó porque, después de varios intentos, Participante 12 no fue capaz de recordar ninguno, y recurrió a mencionar *Fullmetal Alchemist: Brotherhood* en el que el que las mujeres encarnan todo tipo de roles, desde amas de casa a comandantes militares, sin estar sexualizadas e integradas en la trama como lo están los personajes masculinos. Participante 15 no quedó del todo conforme, pero como no recordaba del todo bien el anime admitió la respuesta porque consideraba que no podía rebatirle.

La segunda reacción al comentario de Participante 15 fue, de nuevo, señalar las diferencias culturales entre Japón y los países occidentales, así como recordar que la situación de las mujeres y la concepción del movimiento feminista es muy distinta a la que está presente en la cultura occidental que cada vez lo tiene más interiorizado:

Yo creo que es porque nos toca más de cerca entonces... Para consumir un producto occidental que tenga ese discurso solo tienes que hacer una búsqueda en Google. Para consumir un

producto oriental que tenga ese discurso tienes que... buscar... informarte... tal y cual.
(Participante 12)

Participante 15: A mí me parece mucho más accesible consumir productos occidentales que sí tengan esa reflexión detrás.

Participante 13: Obviamente, porque vivimos en occidente.

No se llegó a una conclusión conjunta, y ambas partes siguieron manteniendo firmemente sus argumentos. En el grupo de los hombres sí que se alcanzó una conclusión. Se señaló que es cierto que en la actualidad existen animes que están más enfocados al mercado occidental y que, por lo tanto, puede recurrir a temas que venden más en ese mercado. Los participantes consideraron que el anime es venta de cultura y, por lo tanto, refleja y va a seguir reflejando la sociedad de la que proviene:

Se ve reflejado en el producto cultural que ofrecen porque al final el anime es un elemento de cultura. Es venta de cultura. Y nosotros no podemos cambiar lo que ellos hacen. Si son machistas pues van a seguir siendo machistas. Ojalá haya alguno que no y cambie el modo de verlo hacia la sociedad. Sobre todo, de ellos, porque a nosotros tampoco nos afecta tanto.
(Participante 8)

Fandom

Finalmente, pasaremos a comentar las respuestas de los participantes a las preguntas acerca de su concepción del fandom del anime y de sus experiencias dentro de él. En general, en los tres grupos comentaron que sus experiencias con el fandom, sobre todo en internet, no han sido positivas:

O sea, depende de lo que entiendas por relación. Que me gusta el anime, entro en *Reddit*, que no hay muchísima inelada... Vale, me quedo [...] No he tenido una experiencia positiva ni una sola vez. (Participante 12)

Otros participantes, sin embargo, reconociendo que existe esa parte más «desagradable», tienen una visión más positiva del *fandom*, haciendo distinción de la parte «mala» de la parte «buena». Consideran que se trata de un grupo de personas con una afición común, pero no es un grupo homogéneo, por lo que, al igual que ocurre con cualquier comunidad de fans, hay de todo:

Es que hay varios tipos de fandom. Está el fandom bueno, que es el que tú has dicho que hace ese tipo de cosas. Que si lo piensas los otakus son los nuevos punks o los nuevos góticos de

hace por lo menos de hace literalmente hace 10 o 15 años. Pero hay como dos tipos de fandom. Está el fandom bueno, que son gente que hace su contenido y no hace daño a nadie, y luego está el fandom tóxico de...de que uf, a ver quién lo aguanta. O sea, con el fandom tóxico me refiero por ejemplo a chavales, por ejemplo, no sé si os habrá pasado, pero yo por ejemplo cuando tenía 14 años me gustaba meterme en internet y meterme en varios sitios de foros y tal y... Joder, había gente que era súper desagradable, que solo sabía decir «Ah, que solo te has visto *Naruto*. Vaya básico». (Participante 8)

Claro, está super chulo. La primera gente que yo vi como que se teñía el pelo eran los punkis, pero luego lo hicieron los otakus y fue como «Hostia», porque a mí me gusta mucho teñirme el pelo. Yo lo hice al principio como otaku, ¿sabes? Entonces era como «Joder, esta gente hace cosas guays», y no me parece como... como ultra descarado. Ahora, llega alguien que sabe dibujar y hace *Yaoi* y te mete al personaje de turno con el otro y dices tú «Bueno es un poco turbio, pero...» [...] Está bien, ¿sabes? Está bien. Que la gente haga lo que quiera mientras que no moleste a los demás, y hacerte un disfraz o hacerte un manga para ti misma... No pasa nada, ¿sabes? (Participante 8)

Respecto a lo comentado por Participante 8, Participante 9 hace una reflexión y compara el fandom con un iceberg. En la punta estaría la parte que califica como «bonita», en la que se incluye la gente que hace cosplay y que dibuja o subtitula a los capítulos y lo sube a pocas horas de que se estrene en Japón, permitiendo así que miles de personas accedan a ese contenido:

Pero parte de eso es el carácter altruista incluso [...] Quiero decir, hay alguno que sí que puede llegar a grabar en un edificio, pero... ¿el chaval que está escribiendo subtítulos en su casa para luego subir el capítulo al día siguiente? (Participante 7)

En la parte oculta estarían aquellos que hacen de la experiencia de compartir una afición con otras personas algo desagradable. De nuevo vuelve a entrar el mencionado elitismo, así como las personas que, según los participantes, se apropian del producto y lo vuelven una parte de sí mismos. Se demuestra, por tanto, que detrás de un cierto sector tóxico del fandom puede existir un fuerte arraigo identitario hacia el anime, que lleva a una construcción que ellos mismos generan de lo que debería o no debería ser:

[sobre la gente que subtitula los animes] Esos los mejores. Esa gente debería de tener un premio para mí. Eh, gente que crea un contenido, gente que por ejemplo habla y le gusta. Y después está lo oscuro, lo que dices «Ofú, eh, aquí espero que la gente... No lo vea». [...] La gente se involucra demasiado con la trama. Y lo vuelve personal. Estamos hablando de una obra el cómo termine la obra no depende de ti. (Participante 9)

Hay algo que te gusta, y crees que tienes la verdad absoluta al respecto. O hay mucha gente que cree que tiene la verdad absoluta al respecto de eso. Y... después en plan porque todos llevamos viviendo bastante tiempo, ¿no? Y al final yo llego a la conclusión de que «Vale tío en plan será mejor o peor, pero a mí me mola», ¿sabes? Que hay un agujero de guion del tamaño de... yo qué sé... un edificio, ¿y qué? Me da igual, que a mí me gusta y ya está. (Participante 12)

Respecto a este tipo de comportamientos, los participantes señalaron que, al igual que con otros productos audiovisuales, existen productos que ven porque quieren ver algo de buena calidad y otros que ven solo porque quieren pasar el rato, aunque sea de mala calidad. Sobre esto último, hablaron de las dificultades a la hora de dar opiniones con este tipo de fans. A veces, cuando critican un aspecto de una obra que no les ha gustado parece que se lo toman como algo personal. Los participantes afirman que el hecho de criticar una obra o algo sobre ella no significa que no les guste ese producto en concreto o, en el caso de ser así, no están atacando a la persona que sí le gusta o atacándola de manera personal:

[...] También tienes que distinguir que... O sea, la gente tiene que entender que tú porque critiques algo, eh, no significa que te están atacando de forma personal. O... A ver, que yo entiendo que es difícil, porque es algo que te apasiona y te encanta, y estás tú solo contra el mundo, ¿no? Y todas esas cosas. Pero que mucha gente cuando le dices que «pues esto no me ha parecido tan bueno» o «Esto no me ha gustado tanto» no es no te lo está diciendo a ti personalmente como «Tú no tienes la razón». (Participante 13)

En otro momento de la conversación, Participante 13 comentó que en realidad el fandom del anime no le parece tan malo como el de los videojuegos o, al menos, sus experiencias negativas han sido mucho mayores en este último. Como se mencionó anteriormente, esta participante está muy metida en el ámbito de los videojuegos e incluso se dedica a hacer *stream* en internet. Comentó que se ha sentido mucho más juzgada, en especial por parte de los hombres, que son los que predominan ese espacio. Considera que tal vez se deba a que estos actualmente tengan mayor cobertura:

Pues yo... Yo... es que claro, también... Yo es que no me relaciono mucho con nadie, o sea, con ningún fandom en general, pero para mí los *gamers* hasta ahora... O sea, en mi experiencia personal, están siendo bastante peor que los otakus. No sé, en plan... [...] No, pero en plan, a mí personalmente de... a lo mejor decir «Ah, pues a mí este videojuego no me parece tan bueno», y es como... las hienas. Y no sé, también claro... tampoco es que yo... con la gente que me anime y discuto como que son gente decente. (Participante 13)

En el grupo de solo chicas, la conversación sobre la parte negativa del fandom estuvo muy enfocada hacia el mundo del *cosplay* y el ambiente al que se ven sometidas las mujeres que se dedican a ello en las convenciones. De acuerdo con Participante 3, que se dedica a ello de manera profesional, el mundo del *cosplay* es profundamente competitivo, y son los propios *cosplayers* los que dificultan el acceso de otros a ciertos lugares o hacen que experiencias como los concursos o pasarelas que se organizan en las convenciones sean incómodas y con mal ambiente:

No, no, los *cosplayers* profesionales... Hay mucha competitividad y mal rollo. Lo sé porque yo estoy bastante metida en eso y, uf, hay de todo ¿no? En plan, se conoce a gente muy guay y tal, pero hay muchísima competitividad y cuanto más te... te metes, peor. (Participante 3)

Otras dos participantes del mismo grupo también habían hecho *cosplay* en varias ocasiones, aunque no a nivel profesional. Sin embargo, se trata de una afición que ambas afirmaban disfrutar muchísimo. Participante 1 incluso comentó que ver los *cosplays* la primera vez que fue a una convención fue una de las cosas que la animó a ver anime. Esta participante también afirmó que el ambiente que eso genera es algo que le fascina, aunque también disfruta muchísimo el momento de planear, diseñar y elegir los materiales de su propio *cosplay*. Esta participante no ha tenido ninguna experiencia negativa en una convención, solo mencionó que notó un poco la diferencia en la experiencia cuando se va de un personaje más conocido que cuando se va de uno que lo es menos. Si bien contó una anécdota en la que en un momento la miraron mal por la ropa que llevaba, este comentario no vino por parte de la comunidad fan:

[...] Ah, bueno y... pero eso no fue en el Mangafest, fue volviendo ya por mi barrio. Que claro, yo iba del LoL y llevaba poca ropa y estaba en un paso de peatones con una mujer y dos niños pequeños, un niño y una niña, que supongo que eran sus hijos. Y el niño como que me miró y le dijo a la mujer... Bueno, no me acuerdo que fue exactamente, pero me llamó guarra vaya. Y la mujer como que le dijo «Sí, sí», como diciéndole que sí que yo era una guarra. Y recuerdo pensar: «Madre mía, ¿Y la hija? ¿Será también así con ella cuando crezca? Pobrecita». Y eso sí que me marcó un poco. Pero poco más. Hace tiempo ya que no hago *cosplay*, pero la verdad es que me gustaría. Es que me gusta mucho. Yo en cuanto quiero hacer uno y sé de quién quiero ir cojo y me hago el dibujo y señala cómo voy a hacer cada cosa y me motivo mucho. (Participante 1)

Durante la entrevista intercambiaron algunos consejos y se mostraron imágenes de los *cosplays* que han hecho o están planeando hacer. Comentando sus experiencias, salieron a la luz varios momentos en los que Participante 3 y Participante 4 habían sufrido acoso en las

convenciones por parte de otros fans que los perseguían y no les dejaban disfrutar del evento. Participante 3 comenta que una de las peores cosas es la gente que se cree que la persona que va caracteriza es el personaje, lo que conlleva a que estos fans se crean que actúan como el personaje o se tomen ciertas libertades, como sobrepasar límites físicos:

En diciembre fue la primera vez que fui a [nombre de evento], pero sí que he ido a muchos sitios de [provincia de Andalucía], que es de donde yo soy, y sí que he tenido experiencias regulares, sobre todo con hombres, pero en general. La gente no para de seguirte para hacerse una foto contigo y ya no es ni que te pregunten sino que parece que tienes la obligación y no puedes decir que no. Yo ya esperaba el momento en el que terminaran de pedirme fotos para salir corriendo e ir a comer o a otra cosa porque si no venía otra persona y no lo podía disfrutar. Es que se creen que tú eres el personaje y te piden que actúes como él y es bastante raro. Además, hay gente como que se cree con el derecho de traspasar ciertos límites. De tocarte. El tema del contacto físico es muy... La gente te agarra sin preguntar. Un poco como lo de los abrazos gratis que también... (Participante 3)

Participante 4 compartió otra experiencia personal. Ella había hecho cosplay hacía un par de años, cuando estaba en secundaria, y comenta que esta experiencia no solo hizo que abandonara el *cosplay*, sino que también fue uno de los motivos por los que decidió alejarse del anime durante un tiempo.

Bueno, yo de *cosplay*... He hecho *cosplay*, pero no profesional ni nada de eso. Lo hice cuando estaba en el instituto, y pensando... Creo que esa fue una de las experiencias que hizo que me alejara un poco del mundillo. Yo fui... no recuerdo el año exacto, pero era todavía una niña. Fui... era una grupal de *Fairy Tail*, y yo iba de *Levy*. Que, bueno, tampoco era un personaje tan conocido. Pues se nos acercaron a mí y a otra chica, que iba de *Wendy*, un grupo de señores, porque no eran de nuestra edad. No sé... no sé qué edad tendrían, pero eran bastante mayores que nosotras. Pues se nos acercaron, y se pusieron a decirnos «Uy, ¿qué vais de lolis? No sé qué», y fue muy incómodo. Y yo no sabía qué decir porque era una prácticamente una niña y ellos eran mayores que yo. Ahora les diría algo, pero entonces me imponían mucho (Participante 3)

Visto con retrospectiva, le da un poco de pena haber dejado una afición que disfrutaba muchísimo y que verdaderamente le gusta por haber tenido una experiencia negativa, pero comprende que en el momento en el que le ocurrió no tenía recursos para defenderse y es por ello por lo que le causó tanta impresión. En la actualidad no descarta volver al *cosplay*, y comentó que durante la cuarentena hizo varias pruebas con pelucas que tenía en casa, pero solo

del maquillaje y para hacerse un par de fotos. Sin embargo, afirma que le encantaría volver a retomar el hobby de una manera más activa:

A mí ahora sí que me encantaría retomarlos, porque ya soy más mayor, tengo otro carácter, es distinto. He hecho algún que otro cosplay en casa, pero totalmente... No el cosplay en sí, a lo mejor el maquillaje para hacerme yo fotos y eso. De hombres. Yo ahora solo quiero hacer *cosplays* de hombres, me siento más segura. (Participante 4)

Pero no todas las experiencias de las mujeres en los fandoms son negativas en la actualidad. Las participantes del grupo de mujeres comentaron que ahora se sienten mucho más cómodas dentro de la comunidad fan. Por un lado, por sus experiencias pasadas, tienen más carácter y saben identificar cuándo un ambiente o comentario no les gusta y, si esto ocurre, se alejan de ahí. Debido a ello, cuando se les preguntó sobre si pensaban que se devaluaban los gustos de las mujeres en el fandom respondieron que para ellas todo el tema de que les pregunten si se saben x número de personajes u otras «pruebas» para demostrar que merecen ser reconocidas como fans, y que hoy en día no tolerarían algo así: «Volviendo a la pregunta yo creo que todavía sí hay. Aunque, como dice ella, puede que menos. Pero también es que hemos cambiado de círculos» (Participante 5).

Plantean que es posible que las chicas que están ahora mismo en el instituto se sigan sintiendo igual de expuestas que lo estaban ellas, aunque también piensan que los avances que se han producido en cuanto a la popularización del anime han podido ayudar en cierto modo, ya que más mujeres se han visto introducidas en el mundillo. «Antes éramos menos», comentó Participante 2. Por lo tanto, consideran que, al haber ahora más mujeres aficionadas al anime, es más fácil que encuentren apoyo ante conductas no deseables.

Un último apunte sobre este grupo es que se habló de lo enriquecedora que fue la experiencia de poder de hablar de anime con otras mujeres y cómo, a pesar de no conocerse de nada, habían disfrutado mucho de la charla, habían comentado muchas series que tenían en común y se habían recomendado otras nuevas. Incluso intercambiaron sus redes sociales una vez terminado el grupo, algo que no ocurrió en los otros grupos de discusión. Esto podría interpretarse como una evidencia de incipiente sororidad.

3.1. Lectura de los resultados de los grupos de discusión

En relación con los objetivos del trabajo, los principales resultados obtenidos fueron los siguientes. Respecto al modo en el que se introdujeron las mujeres al anime, cuatro de las ocho participantes fueron introducidas por hombres de su entorno: tres de ellas por su padre y una por su pareja. Las otras cuatro se acercaron a este medio de distintas formas: como una continuación de los hábitos de su infancia, en el colegio o por curiosidad después de haber accedido primero al manga.

En cuanto al modo en el que se relacionan con la comunidad de fans en la actualidad, todas afirmaron que se limitaban a su círculo cercano o a un grupo selecto de personas, en contraste con cuando eran una adolescente y consideran que el número de personas con las que se podría hablar de anime era mucho menor. Además, afirman que en la actualidad no tolerarían ciertos comentarios despectivos o con tinte elitista del mismo modo que lo hacían cuando comenzaron a consumir anime de forma activa. No se han encontrado grandes diferencias entre el modo en el que mujeres y hombres se relacionan con el fandom, ya que los hombres en la actualidad también parecen preferir interactuar con su círculo cercano.

Por otro lado, sí se han encontrado diferencias significativas en los usos y el consumo de anime. Tanto para las mujeres como para los hombres el momento en el que consumían más cantidad de anime fue la adolescencia, en concreto cuando cursaban la Educación Secundaria Obligatoria. Los resultados difieren en el modo en el que esos hábitos han variado. En el caso de los hombres, hubo una reducción del consumo causada principalmente por la falta de tiempo, aunque también se mencionó la falta de variedad temática que encontraban en los animes después de haber visto una gran cantidad. En el caso de las mujeres, a excepción de una participante que comenzó a ver anime más tarde, se dio un parón entre este momento de máximo consumo en la actualidad. Los motivos atribuidos a este parón han sido varios: la falta de tiempo, el desarrollo de una mirada más crítica hacia el modo en el que se representan las mujeres en el anime, y las malas experiencias dentro del fandom, en especial aquellas relacionadas con el mundo del *cosplay*. Las mujeres difieren en cuanto a la opinión de los hombres de la variedad temática del anime. Esto puede deberse a que las participantes de este estudio consumían mucha más variedad de anime que los hombres, que solían limitarse a aquellos recogidos en las demografías *Shōnen* y *Seinen*. Un punto que ambos tienen en común la apreciación artística del anime, tanto a nivel de animación como de banda sonora e interpretación.

Por último, respecto a las dificultades que pueden encontrarse las mujeres como consumidoras del anime, la más significativa fue el acoso sufrido por varias participantes que practican el *cosplay*. En un caso concreto, que esta situación se diera a una corta edad le generó un recuerdo que la marcó, y que todavía le genera cierta reticencia a volver a esta afición, a pesar de que es algo que disfruta haciendo. Otra dificultad es el ya mencionado elitismo, que les genera reticencia en la interacción con otros fans y provoca que extremen las precauciones a la hora de criticar algo públicamente.

Capítulo IV: Conclusiones

Con respecto a la primera hipótesis, en la que se establecía que el acceso de las mujeres al anime había estado mediatizado por los hombres, la hipótesis se cumple parcialmente. Cuatro de las ocho participantes consideran que un familiar o pareja influyó en su acceso a este medio, mientras que las otras cuatro lo hicieron por otros medios, como son el colegio, a modo de continuación natural por haberlo visto en la infancia o interesarse a través del manga que se conseguía accesible en la biblioteca. Puede resultar llamativo considerar que las mujeres que comentaron haber tenido una influencia masculina en su introducción fueron en el grupo de solo mujeres y no en el mixto. Tal vez es mucho teorizar, pero encontrarse en un ambiente más cómodo y en el que se sentían menos juzgadas pudo facilitar que reconocieran esta influencia.

La segunda hipótesis, en la que se planteaba que los hombres tienden a presentar un comportamiento más elitista hacia el anime, no se ha cumplido entre los participantes. Los hombres que han participado en este estudio no han presentado comentarios elitistas y no mostraron sentirse superiores por sus preferencias. Sin embargo, un dato a tener en cuenta es que en los testimonios de los tres grupos ante experiencias negativas dentro del fandom, ya que en todas las anécdotas se referían a hombres, por lo que sería interesante revisar estos resultados en investigaciones futuras con una muestra más amplia. Aun así, podría decirse que estos resultados son esperanzadores, porque quiere decir que no todos los hombres aprueban este tipo de comportamiento, es más, lo condenan.

Sobre si las mujeres dan más importancia a la presencia de personajes femeninos bien escritos que los hombres, los resultados muestran que tanto hombres como mujeres destacan la importancia de una buena representación femenina y criticando la sexualización y los roles de género que presentan estos personajes. Sin embargo, sí es cierto que las mujeres realizan reflexiones más profundas en este sentido y tienen ciertas inquietudes acerca de qué temas les gustaría ver representados respecto al papel de la mujer y cómo. También han destacado que para ellas el tratamiento de los personajes femeninos es determinante a la hora de elegir y disfrutar un anime.

La última hipótesis establecía que las mujeres se siguen encontrando con dificultades y barreras a la hora de acceder a este tipo de ocio. Además, el sexismo dentro de la comunidad de fans del anime dificulta la relación de las mujeres con este producto. Fueron experiencias negativas pasadas relacionadas con el sexismo dentro de la comunidad las que provocaron que

algunas de las participantes se alejaron del medio temporalmente. También genera que muchas de las participantes sigan teniendo ciertos prejuicios hacia los fans del anime. Sin embargo, si bien las mujeres todavía se encuentran con cierta discriminación dentro del *fandom*, en especial dentro del mundo del *cosplay*, las participantes comentan sentirse ahora mucho más cómodas y que les resulta más fácil disfrutar de este ambiente que cuando empezaron, notando un gran cambio. Atribuyen esto al aumento de mujeres en este tipo de espacios, a la madurez y a ser más selectivas con el entorno, además de tener mayor capacidad para enfrentarse o ignorar los comentarios desagradables.

Para finalizar, hay que señalar que este trabajo presenta varias limitaciones. La primera de ellas es que los grupos eran bastante homogéneos, por lo que los resultados pueden no ser del todo representativos. Además, con solo 15 participantes los resultados no se pueden extender a la totalidad de la comunidad, aunque sí que puede resultar un acercamiento parcial. Que la moderadora fuera mujer pudo haber provocado que algunos participantes se comportaran de acuerdo con la deseabilidad social y no fueran del todo sinceros.

Sobre posibles investigaciones o aplicaciones que podrían hacerse a partir de este trabajo, una de ellas es una investigación más enfocada, ya no en la introducción de las mujeres, sino en la mujer como creadora de espacios de modo que se pueda explorar en mayor profundidad cómo se han relacionado con el medio. Podría estudiarse a la mujer como creadora u organizadora de eventos de anime y cómo cada vez hay más mujeres en ellos, no solo asistentes, sino también en la organización y en los *stands*, incluyendo la inclusión de puntos violeta en el que las mujeres pueden acudir en caso de acoso. Uno de los aspectos a estudiar podría ser cómo los espacios se han vuelto cada vez menos hostiles, en gran parte por la acción de las mujeres que acceden a ellos. También podría realizarse un estudio profundizando en el mundo del *cosplay* y las distintas experiencias de las mujeres en él.

Referencias

Aguado Higón, A. y Ramos Palomo, M. D. (2007) La modernidad que viene. Mujeres, vida cotidiana y espacios de ocio en los años veinte y treinta. *ARENAL*, 14(2) pp. 265-289 DOI: <https://doi.org/10.30827/arenal.v14i2.3017>

Aitchison, C. C. (2003) *Gender and leisure: social and cultural perspectives*. Routledge.

Almazán, D. y Barlés, E. (2007) La huella de Hokusai en España: valoración crítica, influencia, coleccionismo y exposiciones. En San Ginés Aguilar (2007) *La investigación sobre Asia Pacífico en España*. pp. 527-552. Editorial Universidad de Granada.

Altuzarra Artola et al. (2018) Diferencias de género en la distribución del tiempo de trabajo en las regiones españolas. *Revista Internacional de Sociología* 76(3) DOI: 10.3989/ris.2018.76.3.16.161

Ballesta Germán, M. (1993) Tiempo libre, desigualdad y dependencia de la mujer. *ANALES DE PEDAGOGÍA*, 11 pp. 155-162

Berndt, J. (2018) Anime in Academia: Representative Object, Media Form, and Japanese Studies. *Arts*, 7(56) DOI: 10.3390/arts7040056

Braun, V. y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research*, 3 pp. 77-101 DOI: 10.1191/1478088706qp063oa

Braun, V. y Clarke, V. (2013) *Successful Qualitative Research: a practical guide for beginners*. SAGE Publications.

Braun, V. y Clarke, V. (2019) Reflecting on reflexive thematic análisis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4) DOI:10.1080/2159676X.2019.1628806

Brown, S. T. (2006) *Cinema Anime: Critical Engagements with Japanese Animation*. Palgrave Macmillan New York

Busse, K. (2013) Geek hierarchies, boundary policing, and the gendering of the good fan. Participations. *Journal of Audience & Reception Studies*, 1 pp. 73-91

Butler, J. (1990) *Gender Trouble: Feminism and the subversión of Identity*. Routledge.

Butler, J. (1993) *Bodies that Matter*. Routledge.

Caspitegui, F. J. (2019) Oculito pero existente: Testimonios del ocio femenino. *De mujeres y documentos*, 7 pp. 1-26

Cebrián Rodríguez, J. (2021) *El impacto del anime en la igualdad de género: retos y oportunidades para la política cultural* [Tesis doctoral, Universidad de Zaragoza] E-archivo: https://www.researchgate.net/publication/356988418_El_impacto_del_anime_en_la_igualdad_de_genero_retos_y_oportunidades_para_la_politica_cultural *The impact of anime on gender equality challenges and opportunities for cultural policy*

Cooper-Chen, A. (2012) Cartoon planet: the cross-cultural acceptance of Japanese animation. *Asian Journal of Communication*, 22(1) pp. 44-57 DOI: <https://doi.org/10.1080/01292986.2011.622774>

De Grazia, S. (1964). *Of time, work, and leisure*. Doubleday

Dumazedier, J., y McKenzie, M. (1974). *Sociology of leisure*. Amsterdam: Elsevier Scientific Publ. Co

Durán, M. A. (2002) Economía, ideología y ocio en M. L. Setién y A. López Marugán (Ed.), *Mujeres y Ocio Nuevas redes de espacios y tiempos* (1ª ed., Vol. 19, pp. 41-55). Universidad de Deusto.

Elias, N. (1987) *El proceso de la civilización: investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. (Ramón García Cotarelo, Trad.) Madrid; México.: Fondo de Cultura Económica

Ferrera, D. (2020) Análisis de la programación de anime en la televisión generalista en España (1990-1999). *L'ATALANTE*, 29 pp. 25-37

Franco Rubio, G. A. (2004) Los orígenes del Sufragismo en España. *Espacio, Tiempo y Forma*, 5(16) pp. 455-48

García, M. (2021) Veinte de los cien libros más vendidos en España ya son mangas japoneses. *El Heraldo*. <https://www.heraldo.es/noticias/ocio-y-cultura/2021/11/11/manga-librerias-auge-ventas-1532853.html>

Gómez Aragón, A. (2012) Otakus and cosplayers. The social recognition of the universe sleeve in Spain. *Puertas A La Lectura*, 24 pp. 58-70

González-Galiana, R. (2003) Cuaderno 5: Radio, en González-Galiana, R. y Loscertales-Abril, F. (Eds.) *ARESTE. Arrinconando estereotipos de género en los medios de comunicación y la publicidad*. Publicaciones de la Dirección General de la Mujer.

Green, E. (1998) «Women Doing Friendship»: an analysis of women's leisure as a site of identity construction, empowerment and resistance. *Leisure Studies*, 17(3) pp. 171-185, DOI: 10.1080/026143698375114

Gurdián-Fernández, A. (2007) *El Paradigma Cualitativo en la Investigación Socio-Educativa*. PrintCenter

Haywood, L. (1989) *Understanding Leisure*. Routledge

Henderson, K. A. (2002) Ocio y género: ¿un concepto global? en M. L. Setién y A. López Marugán (Ed.), *Mujeres y Ocio Nuevas redes de espacios y tiempos* (1ª ed., Vol. 19, pp. 21-38). Universidad de Deusto.

Henderson, K. A. y Shaw S. M. (2006). Leisure and Gender: Challenges and Opportunities for Feminist Research en Rojek et al. (Ed.), *A Handbook of Leisure Studies* (1ª ed., pp. 216–230). Palgrave Macmillan.

Hernández-Pérez, M. (2013) *La Narrativa Cross-Media en el Ámbito de la Industria Japonesa del Entretenimiento: Estudio del Manga, el Anime y los Videojuegos* [Tesis doctoral, Universidad de Murcia]. E-archivo. <http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/60748/>

Hernández-Pérez, M. (2019) Looking into the «Anime Global Popular» and the «Manga Media»: Reflections on the Scholarship of a Transnational and Transmedia Industry. *Arts*, 8(2), 57 pp. 1-14

Huizinga, J. (1984). *Homo ludens*. Madrid: Alianza.

Jenkins, H. (2018) Fandom, Negotiation, and Participatory Culture en P. Booth (Ed.), *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (1ª ed., pp. 13–26). John Wiley & Sons.

Kinsella, K. (1993) Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement. *Journal of Japanese Studies*, 24(2) pp. 289-316 DOI: <https://doi.org/10.2307/133236>

Lacalle, C. y Pujol, C. (2017) Online communication and everyday life: Female social audience and TV fiction. *UNIVERSUM*, 32(2) pp. 1 17-132 DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-23762017000200117>

Lamarre, T. (2009) *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*. University of Minnesota Press

Legarreta, M. (2019) *Tiempo y desigualdades de género Distribución social y políticas de tiempo*. Instituto Andaluz de la Mujer.

Leonard, S. (2005) Progress against the law Anime and fandom, with the key to the globalization of culture. *International Journal of Cultural Studies*, 8(3) pp. 281–305 DOI: 10.1177/1367877905055679

Litten, F. (2017) *Animated film in Japan until 1919: Western animation and the beginnings of anime*. Books On Demand.

López Rodríguez, F. J., y García Pacheco, J. A. (junio, 2011). *Funciones narrativas del personaje femenino en el cómic y la animación japonesa para adolescentes masculinos* En I. Vázquez Bermúdez (ed.) *III Congreso Universitario Nacional Investigación y Género. Investigación, logros y retos* pp. 1086-1101

López Rodríguez, F. J. (2014) Análisis del perfil de masculinidad de Otaku japonés. El caso de Densha Otoko en Suárez Villegas et al. (Eds.) *II Congreso Internacional de Comunicación y Género* pp. 170-179 Dickinson SL.

Madrid, D. y Martínez, G. (2010). La ola nipona: consumo de cultura popular japonesa en España en P. San Ginés Aguilar (Ed.), *Cruce de miradas, relaciones e intercambios* (1º ed. pp. 49–61). Universidad de Granada.

Martínez Román, J. (2016) Manga y anime: La historia ilustrada. *Kokoro: Revista para la difusión de la cultura japonesa*, Extra-3 pp. 1-10

McAdams, D. P. (2003). *Identity and the life story*. In R. Fivush & C. A. Haden (Eds.), *Autobiographical memory and the construction of a narrative self: Developmental and cultural perspectives* (p. 187–207). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Montelléo Peris, R. (2007) Cultura urbana femenina y espacios de ocio en Castellón a finales del siglo XIX. *Dossiers Feministes*, 10 pp. 121-155 DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/DossiersF>

Montero Plata, L. (2012) A reverse conquest: the importance of anime manga market in Spanish. *Puertas A La Lectura*, 24 pp. 44-57.

Nadehara, H. (2016) Women in Edo Japan: Contemporary Cinematic Representations. *Early Modern Women*, 10(2) pp. 135-142

Napier, S. J. (2005) *Anime from Akira to Howl's Moving Castle, Updated Edition: Experiencing Contemporary Japanese Animation*. Palgrave Macmillan

Nishiyama, Y. (2016) «But I am still a girl after all» A Discourse Analysis of Femininities in Popular Japanese Manga Comics [Trabajo de Fin de Máster, Victorian University of Wellington. E-archivo: <http://researcharchive.vuw.ac.nz/xmlui/handle/10063/5300>

Okuyama, Y. (2015) *Japanese Mythology in Film: A Semiotic Approach to Reading Japanese Film and Anime*. Lexington Books

Page, M. A. (1996) Diferencias, en el uso del tiempo, entre varones y mujeres y otros grupos sociales. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 74(96) pp. 291-326 DOI: <https://doi.org/10.2307/40183896>

Parry, D. C. y Fullagar, S. (2013) Feminist Leisure Research in the Contemporary Era: Introduction to the Special Issue. *Journal of Leisure Research*, 45(5) pp. 571–582 DOI: <https://doi.org/10.18666/jlr-2013-v45-i5-4363>

Pérez Martín, J. (2006) Mujeres y videojuegos: Hábitos y preferencias de las videojugadoras. <http://www.aevi.org.es/pdf/EstudioMujeresyvideojuegos.pdf>

Prieto Borrego, L. (2018) *Mujer, moral y franquismo: del velo al bikini*. Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica de la Universidad de Málaga.

Rodríguez Cruz, J. (2017) El manga como fenómeno social. *Kokoro: Revista para la difusión de la cultura japonesa*, Extra-4 pp. 1-14

Salazar Rodríguez, M. (2015) Las llamaban históricas: Movimiento fan desde una perspectiva de género. *Revista Tempora*, 18 pp. 75-92

Santiago, J. A. (2012) Generation Manga. Global peak of the imaginary manga-anime and his repercussion in Spain. *Puertas a la lectura*, 24 pp. 10-27

Scally, D. (2022) *Miyazaki and the Hero's Journey*. McFarland

Scraton, S. y Watson, B. (1998) Gendered cities: women and public leisure space in the «postmodern city», *Leisure Studies*, 17(2) pp. 123-137 DOI: 10.1080/026143698375196

Tage A. M. et al. (2020) Belongingness as a mediator of the relationship between felt stigma and identification in fans. *The Journal of Social Psychology*, 160(3) pp. 324–331 DOI: 10.1080/00224545.2019.1667748

Universidad de Chicago (s.f.) Thomas Lamarre
<https://ealc.uchicago.edu/people/thomas-lamarre>

Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class*. New York, NY: Macmillan.

Yodovich, N. (2021) Defining Conditional Belonging: The Case of Female Science Fiction Fans. *Sociology*, 55(5) pp. 871–887 DOI: 10.1177/0038038520949848

Yoshida, K. (2008) «Animation and otherness»: *the politics of gender, racial, ani) ethnic identity in the world of Japanese anime* [Tesis doctoral, The University of British Columbia.E-archivo:

<https://open.library.ubc.ca/soa/cIRcle/collections/ubctheses/24/items/1.0067003>

Anexos

Anexo 1. Declaración de autoría y originalidad del Trabajo Fin de Máster

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Considerando que la presentación de un trabajo hecho por otra persona o la copia de textos, fotos y gráficos sin citar su procedencia se considera plagio,

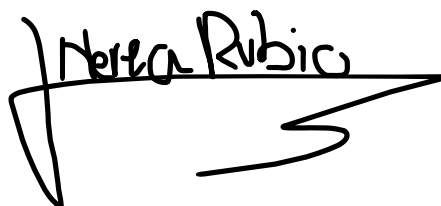
Yo, Don/Dña. Nerea Rubio López, con DNI 32095282R estudiante del MÁSTER en Comunicación y Cultura de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, **ASUMO LA AUTORÍA RESPONSABLE Y DECLARO** que el Trabajo de Fin de Máster que presento para su exposición y defensa titulado «Estudio del acceso de las mujeres a espacios de ocio a través del anime», y cuyo tutor es D./Dña. Rafael González Galiana

**ES ORIGINAL Y QUE TODAS LAS FUENTES
UTILIZADAS PARA SU REALIZACIÓN HAN SIDO
DEBIDAMENTE CITADAS EN EL MISMO.**

Así mismo, acepto que el profesorado podrá utilizar las herramientas de control del plagio que garanticen la autoría de este TFM.

Sevilla, a 9 de septiembre de 2022 .

Firma

A handwritten signature in black ink that reads "Nerea Rubio". The signature is stylized with a large, sweeping initial 'N' and a long horizontal stroke extending to the right.

Anexo 2

1. Presentación: nombre, edad, estudios, lugar de nacimiento y aficiones.
2. Sin contar cuando erais pequeños y lo veáis en televisión como si fueran dibujitos, ¿cuándo empezasteis a ver anime?
3. ¿Había personas en vuestro entorno que veían anime? ¿Y ahora?
4. ¿Qué fue lo que más os llamó la atención al principio?
5. ¿Dónde soléis ver anime? ¿Ha cambiado con relación a como lo hacíais antes?
6. ¿Con qué frecuencia veis anime?
7. ¿Cómo elegís los animes que vais a ver?
8. ¿Qué tipo de animes preferís? ¿Han cambiado vuestros gustos?
9. ¿Veis animes solos o en compañía? ¿Soléis comentarlos con alguien?
10. Cuando veis un anime, ¿os fijáis en la presencia de mujeres o en el modo en el que están representadas? (Esta pregunta solo se hizo al grupo de mujeres. En los otros grupos se llegó a la cuestión a partir de respuestas a otras preguntas)
11. ¿Qué opináis de la forma en la que se representan las relaciones y los sentimientos en los animes? No me refiero solo a las relaciones de pareja, sino también a la familia y a los amigos.
12. ¿Os habéis alejado alguna vez del mundo del anime?
13. ¿Soléis tener relación con otros fans del anime? ¿Cómo creéis que es el ambiente dentro del *fandom*?
14. ¿Creéis que a las mujeres se las examina más que a los hombres? (Esta pregunta solo se hizo al grupo de mujeres. En los otros grupos se llegó a la cuestión a partir de respuestas a otras preguntas)
15. ¿Existen grandes diferencias entre anime y animación occidental? ¿Creéis que han influido en su éxito?
16. ¿Es el anime un arte?
17. ¿Podrías decirme un anime que no os gustara nada y por qué?
18. ¿Podrías recomendarme un anime y decirme por qué debería verlo?

Anexo 3

(.)	Pausa inferior a 1s
(2)	Pausa de 2s. Indicar entre paréntesis en número de segundos
Cu-	El guion denota una interrupción pronunciada de una palabra o un sonido anterior
Queri:do	Los dos puntos muestran que el hablante ha estirado la letra o el sonido anterior. Cuantos más dos puntos aparezcan, mayor es el estiramiento
[Palabra]	El material entre corchetes representa lo que la persona que la persona que transcribe cree oír en una parte poco clara de la grabación
Quiero=decir	El signo igual enlaza material que continúa (suele darse cuando el hablante sigue su discurso y es interrumpida por otra persona)
<u>Solo</u>	El subrayado indica énfasis
MAYÚSCULAS	Indica que este fragmento del discurso se pronuncia más alto
suave	El discurso se ha pronunciado en volumen más bajo
>rápido/<lento>	Los signos «mayor que» y «menor que» indican que el habla que abarcan se produjo más rápidamente o más lentamente que el habla de su entorno
Sola[pamiento] [solapamiento]	Los corchetes entre líneas adyacentes denotan el habla solapada
(ríe) (llora)	Las acciones se describen entre paréntesis
[ininteligible]	Cuando no se entiende lo que se dice
-(2s)	Pausas en las que no intervienen ninguno de los hablantes
(?)	Persona externa a la entrevista que habla.
'''	Referencia literal a lo dicho por el hablante u otra persona
''	Referencia a otra conversación anterior
Em/eh	Onomatopeyas de duda

Anexo 4

GRUPO MUJERES		
Tema	Subtema	Sub-subtema
Iniciación	Padre	
	Pareja	
	Continuación natural	
	Colegio	
Hábitos de consumo	Alto	Secundaria
	Alejamiento	-Malas experiencias con el fandom -Ausencia de tiempo libre
	Vuelta	-Aumento del tiempo libre -Pandemia COVID 19 -Ahora son más críticas con lo que ven
	Frecuencia en la actualidad	-Tiempo libre -Catálogo en emisión -Temática <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de serie que esté buscando en ese momento -Cuando está con su pareja
	Acto social	Ven anime solas y no tienen con quién comentarlo
		Ven anime solas y lo comentan con alguien <ul style="list-style-type: none"> • Amigos • Hermanos
		Ven anime en compañía <ul style="list-style-type: none"> • Pareja
		Mucho mayor que antes

	Accesibilidad	Clave para el aumento del consumo	
		YouTube	
		Páginas ilegales	
		Plataformas <i>streaming</i>	
Preferencias	Atracción	Trama	
		Que esté en emisión	
		Personajes bien contruidos	
		Animación	
		Temáticas preferidas: -Fantasía y/o mitología -Isekai ¹ -Acción -Romance -Recuentos de la vida -Terror y gore -Spokon ² -Comedia -Steampunk -Parodia	
		Buenos personajes femeninos	
		Autoría femenina	
		Relaciones de pareja bien hechas y que fluyan con la trama	
		Buena representación LGBT	
		Presencia de plot twist	
		Rechazo	Ecchi ²
			Personajes femeninos mal contruidos: <ul style="list-style-type: none"> • Sexualización

		<ul style="list-style-type: none"> • Papel irrelevante para la trama 	
		Fetichismo	
		Machismo	
		Relaciones tóxicas	
		Animes con temática “profunda” pero que en realidad no lo es	
Anime como medio	Arte	Animación	
		Banda sonora	
		Construcción de personajes	
	No es para niños		
	Variedad temática	Diferencia con la animación occidental	
		<ul style="list-style-type: none"> • Continuidad 	
		Como cualquier serie, pero animada y hecha en Japón	
			Se atreve con temas maduros
	Relaciones	Amistad	
		<ul style="list-style-type: none"> • Se le da mucha importancia • Las amistades femeninas se dejan de lado 	
Pareja			
		<ul style="list-style-type: none"> • Shonen: tóxicas y forzadas • Shojo: se les dedica más tiempo 	
		Familia	
		<ul style="list-style-type: none"> • Protagonistas huérfanos 	

		<ul style="list-style-type: none"> • Padres ausentes • Recientemente se le está dando más importancia
Fandom	Elitismo	Lo sufrieron en la adolescencia
		En la actualidad no hablan de anime con desconocidos
		Hay mucho en el mundo del cosplay
	Cosplay	Competitividad
		Acoso en eventos
		No es seguro si eres menor

Anexo 5

GRUPO HOMBRES		
Iniciación	Continuación natural	
	Accesibilidad	Videoclub
Hábitos de consumo	Alto	Secundaria
	Frecuencia en la actualidad	Menor que antes <ul style="list-style-type: none"> • Gustos más exquisitos • Dificultad para seguir el ritmo
		No ha cambiado
	Acto social	Ven solos y comentan con amigos
		Ven en compañía <ul style="list-style-type: none"> • Películas • Animes cortos
		Introdujeron a terceras personas al anime <ul style="list-style-type: none"> • Madre
	Accesibilidad	Antes menor que ahora
		YouTube
		Páginas ilegales <ul style="list-style-type: none"> • Foros de fansub
		Plataformas <i>streaming</i>
Como cualquier otro medio audiovisual		
Preferencias	Atracción	Superpoderes
		Trama
		Estilo de dibujo
		Animación <ul style="list-style-type: none"> • Colores

		Representación de la cultura occidental
		Temáticas preferidas: <ul style="list-style-type: none"> • Fantasía (superpoderes) • Misterio • Comedia • Acción
		Crudeza
		Profundidad
	Rechazo	Trama poco innovadora
		Sexualización de los personajes femeninos
		Sexualización de menores de edad
Anime como medio	Arte	Animación
		Banda sonora
		Profundidad de la trama
	Relaciones	Alto componente cultural
		Machismo
		Contraejemplo
		No se habla de sentimientos
		Amistad <ul style="list-style-type: none"> • Poco realista
		Pareja <ul style="list-style-type: none"> • Hiperfijación • Poco desarrolladas
	Mainstream	Está de moda
		Diferencian entre animes estandarizados y alternativos

	Mayor libertad para ser sombríos que la animación occidental	
	Reflejo de la cultura japonesa	Rectitud
	Comparte aspectos negativos con la ficción occidental	«Lo prohibido»
Fandom	Elitismo	
	Altruismo	Fansub

Anexo 6

GRUPO MIXTO			
Tema	Subtema	Sub-subtema	
Iniciación	Continuación natural		
	Amigo		
	Nostalgia		
	Accesibilidad	Biblioteca	
Hábitos de consumo	Alto	Secundaria	
	Alejamiento	Sexualización	
	Vuelta	Pandemia COVID-19	
	Nunca dejaron de ver		
	Acto social		Amigos que ven anime
			Pocas personas en el entorno que ven anime
			Ven anime solos
			Ven películas de anime en compañía
	Accesibilidad		Ahora es más accesible
			Ahora saben mejor como piratearlo
			YouTube
			Netflix
			Páginas ilegales
			Crunchyroll <ul style="list-style-type: none"> • Muy mala calidad
	Frecuencia en la actualidad		Catálogo en emisión
			Temática
			Tiempo libre
			Estudio de animación
			Ahora más exigente que antes
			Trama

Preferencias	Atracción	Que esté terminado
		Estilo de animación
		Personajes
		Temáticas preferidas: <ul style="list-style-type: none"> • Fantasía • Comedia • Parodia
	Rechazo	Sexualización de menores
		Sexualización de mujeres
		Isekai
		Fandom
		Ritmo lento
		Incesto
		Ecchi
		Queerbait
	Trama poco consistente	
Anime como medio	Arte	Animación
		Colores
		Banda sonora
	No todo es para niños	
	Papel de la mujer	No pasan el test de Bechdel
		Rol dinamizador
		Se nota la autoría femenina
		Motivo para dejar de ver un anime
	Mismos aspectos negativos que los productos occidentales	
		Deben tenerse en cuenta las diferencias culturales a la hora de juzgarlo

	Reflejo de la cultura japonesa	Algunos más enfocados al mercado occidental que otros	
	Relaciones	Muy tradicionales	
		Roles de género muy marcados	
		Algunos animes nuevos intentan romper con eso	
		Sentimientos llevados al extremo	
	Ha influenciado la animación occidental		
	Diferente de las series occidentales tradicionales	Animación	
		Narración	
Fandom	Motivo para no empezar una serie		
	Debe mostrar apoyo al producto para que importen más		
	Mala imagen de él		
	Experiencias negativas	Depende mucho de con quién te relaciones	
	Elitismo		Hacen desagradable la experiencia
			No tan terrible como en el de los videojuegos
		Un poco es necesario	