

## Soft Power en viñetas: El impacto global del anime y el manga japonés

### Soft Power in vignettes: The global impact of Japanese anime and manga

**Enrique Moraleda Pérez,**  
Universidad Complutense de Madrid, España  
(mora13792@hotmail.com)

**Resumen:** Japón es un referente cultural mundial. Desde hace décadas, el *anime* y el *manga* han sido utilizados no solo para obtener beneficios económicos, sino también para vender una imagen determinada del país al mundo. Sin embargo, ambos formatos son desde sus orígenes, instrumentos que no han permanecido ajenos a los contextos históricos o políticos. Actualmente, contribuyen a dar voz a comunidades y colectivos de todo tipo en una sociedad cada vez más heterogénea.

Este artículo examina a través de la revisión de datos históricos y literatura académica cómo la industria del *anime* y *manga* en Japón ha trascendido su papel en el ámbito del entretenimiento. Mediante la lectura de artículos procedentes de multitud de fuentes reconocidas también se analiza su evolución hasta ser un fenómeno de masas que abarca grandes grupos de población, llegando a ser una herramienta cultural determinante en la creación de una imagen-país. A lo largo de más de un siglo, estos formatos han evolucionado junto a los contextos históricos, económicos y políticos, demostrando su capacidad para adaptarse y resonar en una audiencia global. Como resultado, se observa una mayor internacionalización y efecto de esta industria cultural en una sociedad cada vez más heterogénea.

**Palabras Clave:** marca, industria cultural, comunicación, imagen-país.

**Abstract:** Japan is a world cultural reference. For decades, anime and manga have been used not only to obtain economic benefits, but also to sell a certain image of the country to the world. However, both formats are, since their origins, instruments that have not remained oblivious to historical or political contexts. Currently, they contribute to give voice to communities and collectives of all kinds in an increasingly heterogeneous society.

This article examines through a review of historical data and academic literature how the anime and manga industry in Japan has transcended its role in the field of entertainment. By reading articles from a multitude of recognized sources, it also analyzes its evolution into a mass phenomenon that encompasses large population

groups, becoming a determining cultural tool in the creation of a country-image. Over the course of more than a century, these formats have evolved along with historical, economic and political contexts, demonstrating their ability to adapt and resonate with a global audience. As a result, we observe a greater internationalization and impact of this cultural industry in an increasingly heterogeneous society.

**Keywords:** branding, cultural industry, communication, country-image.

## 1. Introducción

En este texto se explora el origen y la evolución del *anime* y *manga*, desde sus inicios hasta la contemporaneidad. Se aborda su significado cultural, su desarrollo histórico y su integración en la política y la sociedad japonesa. Este marco teórico proporciona las bases para entender cómo se han convertido en vehículos de expresión cultural y en instrumentos de diplomacia cultural, trascendiendo de ser una alternativa de entretenimiento dirigida a adolescentes o públicos muy concretos. Además, se hará un breve recorrido por su historia hasta convertirse en la herramienta de Japón para vender una imagen del país.

### 1.1. Marco teórico

#### 1.1.1. Estado del arte sobre el *anime* y el *manga*

Actualmente, la cantidad de recursos literarios que podemos encontrar acerca del *anime* y el *manga* es muy abundante. Por un lado, diversos autores se han enfocado en una perspectiva histórica, explicando cómo y cuándo surgieron tanto las historietas en papel como las animadas y su posterior difusión fuera de Japón. En este primer ámbito, la cantera latinoamericana y española son muy significativas, destacando figuras como Gil Escudier u Horno López . Por otro lado, un segundo grupo de académicos ha hecho hincapié en el factor económico y el papel de la industria cultural en el crecimiento del país asiático en las últimas décadas, destacando de nuevo la gran cantidad de estudios procedentes de universidades de países como Colombia o México y donde se encuentran expertas como Mundujano Salazar.

Otra corriente académica dentro del campo de la sociología, ha optado por un enfoque más “humano”, introduciendo al *anime* y el *manga* como agentes de cambio social y también como canales de representación de determinados colectivos. Dentro de este ámbito, uno de los grupos más estudiados y que ha sido fuente de gran cantidad de literatura en los últimos años está vinculado con el fenómeno *otaku* y la creación de comunidades de seguidores de multitud de series o cómics. Jorge Rodríguez, de la Universidad de Salamanca, es uno de los autores más reconocidos.

Además, es significativo el alto número de blogs, perfiles en redes sociales y páginas web realizadas por fans del *anime* y el *manga* en general que en muchos casos, cuentan con un rigor y un nivel de conocimientos de las distintas producciones de anime y manga que pueden ser recursos de gran utilidad a la hora de analizar de manera más profunda ambos formatos. Uno de los portales más elaborados es Ramen para Dos.

## **1.2. Objetivos y metodología**

### **1.2.1 Objetivos**

El artículo pretende ampliar el conocimiento sobre el papel del *anime* y el *manga* como herramienta fundamental para la proyección de Japón en el exterior. Para ello, se hará un breve resumen de su historia desde los orígenes de ambas hasta la actualidad. Otro de los objetivos propuestos será el abordaje desde una dimensión sociológica del impacto de estos formatos en la cultura global. Finalmente buscará sentar una base sólida para futuros estudios sobre la materia.

### **1.2.2. Metodología**

Este estudio se basa en un análisis cualitativo de fuentes secundarias. Para su realización se han revisado tanto datos históricos sobre las industrias del *anime* y el *manga* como literatura académica. Durante su desarrollo, se ha considerado la expansión internacional y el impacto cultural de ambas a través del caso específico de “Dragon Ball”. Al mismo tiempo, se ha contextualizado el crecimiento de estos dos formatos detallando los distintos colectivos de públicos a los que se dirigen (demografías) y su influencia en todos ellos.

Los recursos utilizados pueden categorizarse en tres grandes grupos: uno primero formado por cuatro artículos de publicaciones económicas como Portfolio y que dan una aproximación a la historia económica nipona de las últimas décadas. Un segundo nos acerca más al origen de ambas industrias y se compone de dos textos de Gil Escudier y Horno López. Por último, un tercero compuesto por cuatro textos que abordan el *anime* y el *manga* como fenómenos culturales y su papel como promotores de la cultura japonesa fuera del país asiático. En esta familia podemos encajar los textos de Mundujano Salazar, Lemes o Rodríguez Fernández.

### **1.3. Resultados**

#### **1.3.1 El caso de *Dragon Ball***

El pasado 1 de marzo falleció en Japón Akira Toriyama. Para millones de personas, este nombre es totalmente desconocido. Sin embargo, para otros tantos millones repartidos por todo el mundo, esta fecha será a partir de 2024 un día para el recuerdo, ya que Toriyama fue el creador de la saga *Dragon Ball*. Puede considerarse junto a otros, como el responsable de difundir el *anime* y el *manga* más allá del archipiélago asiático, sentando las bases de una industria cultural global originada en el País del Sol Naciente.

Para dar una primera aproximación del papel protagonista que ambos formatos han alcanzado en las últimas cuatro décadas, pueden darse algunas cifras sobre *Dragon Ball*: más de 156 millones de volúmenes vendidos solo en Japón, 200 millones de ejemplares comercializados por todo el mundo hasta mediados de la década de los 2000 y unas ventas estimadas en 30.000 millones de dólares hasta 2004.

Datos más actuales demuestran que la saga protagonizada por Goku sigue gozando de muy buena salud: 1.466 millones de yenes (unos 9,1 millones de euros) en ventas de productos *Dragon Ball* en el primer trimestre de 2024 sólo en Japón, o una recaudación cercana a los 3 millones de euros en el primer trimestre de 2024 de la última película de la saga, *Dragon Ball Super: Super Hero*. (Portafolio, 2024)

El caso de *Dragon Ball* es uno de los que podemos utilizar a la hora de ver de manera más clara la expansión de la industria cultural japonesa en el mundo. No obstante, no es el único y detrás de esta y otras sagas como *One Piece*, *Pokémon*,

*Digimon*, o *Saint Seiya*, se esconden una serie de factores económicos y sobre todo, sociales, que pueden resultar tremendamente interesantes si son analizados con cierta profundidad.

### 1.3.2 *Anime y manga*

En primer lugar, es conveniente hacer una primera aclaración sobre estos dos formatos. El origen etimológico de *anime* podría venir del término “animeshoon”, un vocablo que simplemente hace referencia al carácter animado de unos dibujos. El punto de partida de estas producciones audiovisuales puede situarse en el año 1917. Se consideran a Shimokawa Oten y Seitaro Kitayama como los padres del *anime*, siendo este último el autor de una obra llamada *Saru-Kani Gassen*, basada en un cuento publicado en Japón en 1887.

El *manga* tiene unos inicios más dilatados en el tiempo. Las historietas actuales están influenciadas por la trayectoria occidental en materia de ilustración. Sin embargo, esta disciplina artística fue adaptada al contexto nipón por Ozamu Tezuka. A él se le atribuyen las bases del *manga* actual con la introducción de unos rasgos y composiciones de los personajes que perduran hoy en día y que son fácilmente reconocibles. (Gil Escudier, 2019).

Como se mencionaba, su origen es más antiguo, remontándose al período Heian, entre los siglos VIII y XII donde ya existían unas obras literarias llamadas *Emakimono*. Estas narraciones contaban historias en unos extensos rollos similares a los pergaminos europeos. El uso de este formato está justificado en la propia mentalidad japonesa de la época. Los relatos invitaban al espectador a moverse, implicarse en una trama viva o dinámica que rompía con la perspectiva fija y enfoque visual en un solo punto. De este modo, se contaban los hechos como si se tratara de un viaje por un paisaje.

El paso del tiempo y la unión de las corrientes ilustradoras europeas con las propias tendencias japonesas dió como resultado que en el siglo XIX, en un contexto de apertura y desarrollo económico, naciera el *manga*, cuya traducción literal es “dibujo caprichoso”.

Las primeras décadas del siglo XX fueron testigo del nacimiento de las primeras revistas de cómics que emulaban a algunas publicaciones europeas y estadounidenses. Tokyo Puck fue la primera, editada entre 1920 y 1930 y que es considerada el germen de la industria del *manga* de hoy en día. Sin embargo, el auténtico punto de inflexión tuvo lugar en 1952 con la publicación del primer volumen de *Astroboy*.

Estilísticamente hablando, el *manga* destaca por un diseño sencillo, en tomos llamados *Tankobon*. Estos volúmenes pretenden ofrecer una lectura ágil, siguiendo un orden de derecha a izquierda con el que se pretende dar fluidez a la narración. Cada viñeta tiene un tamaño concreto que sirve para justificar más el argumento.

Como se verá más adelante, otras de las características más destacadas del *manga* y que posteriormente se llevaron al *anime*, son la estilización de personajes y la ausencia de elementos raciales.

### **1.3.3. Orígenes**

Como hemos visto, a finales del siglo XIX y en las primeras décadas del siglo XX ya aparecieron algunas producciones de *anime* y *manga* de carácter esporádico. En la década de los años 30 se produce un primer desarrollo masivo ligando ambos formatos a la situación política japonesa del momento.

Durante los años treinta en Japón se instauró y consolidó un régimen dictatorial encabezado por un grupo de generales y que perduraría hasta el final de la Segunda Guerra Mundial. A semejanza de los sistemas totalitarios europeos, la comunicación realizada a través de un uso intensivo de la propaganda fue una de las principales herramientas utilizadas por los líderes nipones para mantenerse en el poder. El objetivo era conseguir el apoyo de la opinión pública a las decisiones, sobre todo militares, al tiempo que se creaba un pensamiento unificado y se silenciaba cualquier voz disidente.

Al igual que sucedió en el resto de los países con gobiernos autoritarios, la radio se convirtió en el principal canal difusor. Los contenidos emitidos a través de las ondas hertzianas llegaron también a públicos ajenos a este medio. En las escuelas e institutos japoneses se instalaron receptores en los que se difundían las consignas oficiales.

Con el paso de los años, la sociedad nipona fue militarizándose y preparándose para la guerra. En este contexto, toda la población, independientemente de su edad, debía tomar parte del esfuerzo colectivo para llevar al Imperio Japonés a la supremacía. Por este motivo, las publicaciones adquirieron un marcado componente ideológico, incluidas las dirigidas a los más jóvenes. La revista *Shonen Sekai*, que surgió a principios de siglo, puede considerarse un ejemplo paradigmático. Los niños serían los soldados del futuro y en consecuencia, había que inculcar en ellos una serie de valores a semejanza de los promovidos por la Italia Fascista o la Alemania Nazi.

Este creciente papel ideológico durante los años treinta coincidieron con una etapa de innovaciones técnicas y una primera exportación al extranjero del *anime* y el *manga*. Tal y como sucedió en Estados Unidos, en esta década aparecieron las primeras producciones animadas sonoras. *En el mundo del poder y las mujeres*, de 1932, fue la pionera de este nuevo formato.

La Segunda Guerra Mundial supuso un frenazo en la producción de películas animadas y nuevas historietas en papel. A medida que el conflicto se acercaba a su fin, los recursos económicos y materiales eran más reducidos. Sin embargo, siguieron apareciendo algunas obras, en especial de anime, que seguían con ese componente propagandístico.

Hasta el final de la contienda el apoyo gubernamental, o más bien su uso, fue incesante. Una muestra de ello, es el hecho de que el Ministerio de la Marina contrató a muchos de los grandes creadores de *anime* del momento para la producción de películas bélicas. Estos films ensalzaban las victorias niponas en el conflicto. Mitsuyo Seo fue una de las figuras más destacadas de este período que no obstante, produjo grandes obras con un marcado componente político como *Las águilas marinas de Momotaro* de 1943. A pesar de su contenido, hoy en día, sigue siendo considerada como uno de los medimetrajes animados más elaborados al contar con 150.000 fotogramas hechos a mano.

Otro ejemplo de cine de *anime* bélico es *Momotaro, dios de las olas*, de 1945, y que es comúnmente aceptada como la primera película de *anime* en sentido estricto debido a su extensión. Con una duración de 74 minutos, muestra cómo un grupo de

animales paracaidistas aterrizan en las islas Célebes y expulsa a un destacamento inglés establecido allí que se ve obligado a rendirse.

Si la década de los 30 fue el primer punto de inflexión, el período de posguerra extendido hasta finales de los años 50 fue el segundo gran hito en el *anime* y el *manga* japonés. Tras la derrota, el país estaba hundido no solo económicamente, sino también quebrado moralmente. Una población traumatizada y adoctrinada tras años de propaganda, demandaba evasión. En este marco fue cuando el *manga* se consolidó definitivamente.

De nuevo, los factores económicos, sociales y políticos fueron fundamentales. El país estaba arruinado y ante la mala situación financiera, la población buscaba un entretenimiento asequible. Fue aquí cuando surgieron los *libros rojos*, antecesores de los *tankobon* actuales. Se caracterizaban por ser volúmenes de baja calidad y tamaño de bolsillo pero que aún así, eran muy asequibles. Esta limitación en cuanto al formato no impidió una gran libertad creativa por parte de los autores. A lo largo de los años cincuenta fueron apareciendo más corrientes de *manga* experimentales, comenzando con la segmentación de públicos en grupos llamados “demografías” existentes hoy en la actualidad.

#### **1.3.4 *Anime* y *manga* como una industria cultural**

Anteriormente se comentaba que este artículo pretende dar una visión más amplia de unos formatos que, a priori, pueden estar pensados para colectivos muy concretos. Desde sus orígenes, tanto el *anime* como el *manga* fueron fenómenos de masas. Poco a poco fueron evolucionando para abarcar una gran variedad de temáticas, pero también, de colectivos a los que dirigirse. Cada uno de ellos con unas características propias. A grandes rasgos, los grandes grupos en los que se segmentan los miles de producciones que llegan al mercado son los siguientes:

- *Kodomo*: literalmente significa “niño” en japonés. Tanto en el caso del *manga* como del *anime*, se engloban dentro de esta categoría todas las producciones dirigidas a niños y niñas menores de 10 años. El *kodomo* cuenta con una serie de rasgos distintivos. El primero de ellos son las tramas sencillas y directas. (Román, 2016). La magia suele ser la temática



recurrente y tienen un marcado componente educativo. Las historias transcurren en muchos casos en un entorno escolar en las que se inculcan valores como la amistad, la importancia de la familia, o la honestidad. Técnicamente hablando, son producciones muy coloridas y estilizadas. Los personajes destacan por tener grandes ojos y rasgos exagerados para facilitar su comprensión y empatía por parte de los más pequeños. No incluyen ningún tipo de violencia, aunque suelen presentar pequeños conflictos que se abordan desde un punto de vista didáctico. *Astroboy*, *Doraemon* o *Pokémon* son algunos ejemplos de este género.

- *Shonen*: *Dragon Ball* sería uno de los mayores referentes entre este segmento de público. Las narraciones pertenecientes a este grupo están dirigidas a un público masculino de 12 a 18 años. Sin embargo, sus fronteras se han ido volviendo más difusas con el tiempo y actualmente el *shonen*, cuya traducción es “chico joven”, ha ido más allá. Destacan por tener grandes dosis de aventura y acción, con batallas épicas en las que sus protagonistas tienen algún poder sobrenatural. Además, muestran la evolución vital de todos ellos, tanto en habilidades como en experiencias y madurez. Aquí se inculcan valores de amistad y lealtad, destacando los lazos creados por los personajes. Por último, aparecen una serie de antagonistas que además son la prueba que necesitan para superar sus límites. Otros ejemplos además de *Dragon Ball* son *One Piece* o *Naruto*.
- *Shojo*: es el equivalente femenino del *shonen*. Su rango de edad abarca de los 10 a los 18 años. Sin embargo, también ha trascendido sus límites tradicionales y ha alcanzado a otros colectivos. Las historias *shojo* tienen el amor como eje, explotando todo tipo de relaciones que van desde los amores adolescentes hasta los vínculos entre adultos. Hacen especial hincapié en las emociones de sus protagonistas, generando gran empatía entre su audiencia. La magia y la fantasía con la aparición de elementos sobrenaturales suelen ser las temáticas más utilizadas. Técnicamente hablando, destaca un diseño artístico basado en personajes con grandes ojos expresivos, motivos florales o un uso abundante del color. Aquí podemos encontrar como referentes *Sailor Moon* o *Revolutionary Girl Utena*.

- *Seinen*: puede traducirse como “hombre joven” y tradicionalmente han encajado en este segmento públicos masculinos de entre 18 y 40 años. Al igual que en los anteriores, estas fronteras han ido desapareciendo con el tiempo. Aquí la política, los dilemas éticos y la complejidad de la vida adulta son los ejes argumentales. A diferencia de las otras demografías, en el *seinen* la violencia y la sensualidad son más visibles y tienen un mayor protagonismo. Además, el estilo artístico del *anime* y el *manga* de esta categoría son más realistas. Otra de las características es su gran diversidad de géneros existentes dentro de esta demografía que van entre el terror, hasta la ciencia ficción o la novela negra. *Ghost in The Shell*, *Berserk* o *Vinland Saga* son algunas de las historias *seinen* que han llegado más allá de Japón.
- *Josei*: es el equivalente femenino al *seinen*. Su público objetivo son mujeres de entre 18 y 40 años. Uno de los rasgos más destacados del *josei* es una diversidad temática mucho mayor que en otras demografías que aborda temas sociales o de actualidad como el acoso laboral o las tensiones en el núcleo familiar. Son historias más emocionales con altas dosis de realismo. Su profundidad narrativa hace que sus tramas sean introspectivas e inviten a la reflexión. Su técnica artística da como resultado obras con grandes niveles de realismo y detalle. Algunos ejemplos son *A silent Voice* o *Nana*.

A grandes rasgos, puede parecer que gran parte de la población puede encajar en alguno de estos segmentos. Sin embargo, tal y como se citaba antes, sus fronteras se han ido difundiendo prácticamente en todos los casos. El paso del tiempo, unido a cambios sociales han dado origen a una sociedad cada vez más heterogénea. El hecho de que se hayan establecido estas demografías no significa que otros colectivos como la tercera edad no cuenten con producciones específicas.

Por este motivo, para dar respuesta a las necesidades de esa población con pluralidad de gustos e intereses, encontramos una rica variedad de géneros tanto en el *anime* como en el *manga*.

Un género que ha aterrizado con mucho éxito entre adolescentes es el *Isekai*. En él, los protagonistas tanto masculinos como femeninos evolucionan en mundos

---

medievales o similares donde experimentan una transformación que los convierte en héroes. El *Isekai* es a día de hoy una de las temáticas más populares.

Por otro lado, dentro de la demografía *seinen*, el *cyberpunk* ha sido uno de los géneros más populares. Japón es una potencia tecnológica desde hace décadas. Esto ha dado como resultado obras futuristas que abordan novedades como la robótica, la inteligencia artificial o distopías en unos futuros cercanos donde grandes cataclismos han condicionado el devenir de la humanidad. *Akira* es uno de los mejores ejemplos. Originariamente fue un *manga* que tras ser adaptado al cine en 1988, se ha convertido en una obra de culto a nivel mundial. El film fue la película más cara realizada hasta el momento en Japón con un presupuesto de 1.000 millones de yenes.

Anteriormente se comentaba que las obras dirigidas a adultos suelen tener una gran carga emocional y abordan problemas sentimentales o propios de la madurez. Aquí, el género *Yaoi* es uno de los mayores referentes. Sus historias tratan sobre relaciones amorosas entre hombres. También conocido como “Boys Love”, en su momento estaban dirigidas a mujeres adultas. Sin embargo, su gran acogida también entre el colectivo LGTB ha dado como resultado que aparezcan multitud de subgéneros como el *Bara*, enfocado a hombres. Su equivalente femenino es el *Yuri*, que también está dirigido a mujeres y hombres por igual.

En los últimos años, las temáticas se han diversificado aún más, teniendo como ejemplos obras que usan al deporte como eje conductor. ¡¡Aquí encontramos algunas con una gran acogida dentro y fuera de Japón como *Haikyuu!!*, *Prince of Tennis* o *Yuri!!! on Ice*, que también aborda el romance entre un patinador profesional y su entrenador.

La magia es un elemento recurrente tal y como se recordaba antes. Esto da como resultado géneros como el *Maho Shoujo*. Protagonizado por chicas o niñas, todas ellas tienen algún poder mágico que tienen que usar en grandes misiones para el bien de la humanidad. Al mismo tiempo, siguen con su vida diaria enfrentándose a situaciones cotidianas. *Cardcaptor Sakura* es una de las historietas posteriormente adaptadas a lo audiovisual más populares.

Finalmente, podemos destacar como otro de los grandes géneros que se han consolidado en todo el mundo al *Mecha*. Básicamente trata de grandes batallas entre robots o criaturas mecánicas de dimensiones considerables que en muchos casos están controladas por seres humanos. El precursor fue *Mazinger Z*, junto a *Ultraman*. En el género *mecha*, una de las obras culmen es *Neon Genesis Evangelion*.

### **1.3.5. Internacionalización: el instrumento de Japón para vender su imagen-país**

Si en los años treinta se produjo un primer intento de internacionalización del *anime* y el *manga*, los años 80 pueden considerarse como el momento en el que este paso fue definitivo. En esta década, salió de Japón uno de los máximos referentes de ambos formatos: Oliver y Benji o Capitán Tsubasa en su versión original.

Este salto más allá del archipiélago nipón no fue algo fortuito y tras él se encuentra principalmente la economía. Entre las décadas de 1960 y 1980 Japón experimentó un crecimiento económico sin precedentes que se materializó en el llamado “milagro económico japonés”. Sin embargo, en los años setenta se produjo una ralentización económica como consecuencia de diversas crisis globales. La debilidad de la economía mundial no impidió al país situarse como la segunda potencia mundial. (Correa Restrepo, 2017)

El deterioro de los años 70 fue la muestra del agotamiento del modelo productivo japonés implantado tras la Segunda Guerra Mundial. Esto llevó a los líderes japoneses a tomar medidas para diversificar la economía y asentar mejores bases para el crecimiento futuro. Para ello la industria cultural se convirtió en un eje fundamental. En 1972 comenzó su andadura la Fundación Japón, una institución financiada por el gobierno que tenía como objetivo difundir la cultura japonesa por todo el mundo. Esta nueva política económica iba estrechamente ligada a la política exterior. En esta década, se articuló la imagen país de Japón en torno a tres ejes: predominio tecnológico, cultura pop y tradiciones. (Mundujano Salazar, 2008)

Desde entonces, la estrategia ha ido perfeccionándose y en ella, el *anime* y el *manga* han tenido un papel esencial. La mejor prueba es la internacionalización de ambos formatos desde finales de los años 80. Anteriormente ya llegaron a Europa algunas

---

producciones que han pasado a la historia de lo audiovisual como *Heidi*, que aterrizó en la mayor parte de países del Viejo Continente y América entre 1970 y 1975. En poco más de seis décadas, la percepción exterior del archipiélago asiático ha pasado por diversas etapas. Hoy en día es reconocido por ser una potencia económica y un ejemplo de estabilidad política y social. Esto es el resultado de esa estrategia iniciada en los años setenta y que ha sido reforzada desde los años 2000. En 2003, el Ministerio de Economía, Comercio e Industria publicó un informe titulado “*hacia la internacionalización de la industria de contenidos. Enviar la marca Japón al mundo*”.

Este documento certificaba la apuesta del gobierno nipón para difundir aún más su industria cultural y convertirla en uno de los motores de su economía creando el *Japanese Way of Life*. Al *anime* y el *manga*, se sumaron los grupos de música pop (J-Pop), producciones audiovisuales de todo tipo y videojuegos. Todos generaron ingentes cantidades de dinero que sirvieron, y sirven, para mejorar la situación de la economía nacional.

Un dato sirve para ilustrar el peso de la industria cultural japonesa en el mundo: en 2003, el 60% de las producciones de animación de todo el mundo tenían origen en Japón. (Mundujano Salazar, 2008). Todo esto tiene otra serie de consecuencias: el nuevo modelo productivo también busca despertar el interés en visitar Japón, incrementando el número de turistas internacionales y la atracción de talento exterior en ámbitos como la cultura, el deporte o la tecnología. El contexto en el que se aplica no ha cambiado mucho desde sus inicios. Ahora, se añade un elemento más a la ecuación: una crisis demográfica cuyo resultado es una de las tasas de natalidad más bajas del mundo combinada con una de las tasas de envejecimiento y esperanza de vida más elevadas del planeta.

En 2010 surgió la *Oficina Cool Japan*, encargada de centralizar toda la estrategia de imagen país y que además de apoyo público, cuenta con la participación del sector privado, responsables políticos y figuras académicas e incluso del sector de los medios de comunicación.

Aunque a primera vista pueda parecer que el proceso de internacionalización dejaba de lado el mercado interno compuesto por más de 120 millones de personas, nada

más lejos de la realidad. Tras el terremoto y tsunami de 2011, la moral nacional se vió muy dañada. Por este motivo se creó una gran campaña interna enmarcada en *Cool Japan* para fortalecer la identidad nacional a través de los valores nipones, su cultura y orgullo nacional. Los Juegos Olímpicos de Tokyo 2020, pospuestos a causa de la pandemia de Covid-19, fueron la culminación de todos estos esfuerzos.

#### **1.4. Discusión y conclusiones**

El análisis detallado del *anime* y el *manga* a lo largo de este artículo revela que la diplomacia cultural ejerce una influencia sustancial que va más allá del poder militar o económico tradicional (Rodríguez, 2017). Estas formas de arte no solo han superado las barreras geográficas y culturales, sino que también han demostrado una resiliencia notable frente a las fluctuaciones históricas, económicas y sociopolíticas.

La relevancia de la industria cultural japonesa se evidencia no solo en su aportación económica, sino más significativamente en su capacidad para forjar conexiones interculturales. Los personajes e historias de figuras como Akira Toriyama han alcanzado una resonancia global, transformando a creadores individuales en embajadores culturales de su nación (Rodríguez Fernández, 2016). El impacto de Dragon Ball es un testimonio de cómo la cultura popular puede ser un espacio inclusivo, proyectando una imagen del Japón moderno, diverso y abierto.

El verdadero triunfo de la industria del *anime* y del *manga* radica en su universalidad y accesibilidad, ofreciendo una plataforma donde diversos públicos de todo el mundo pueden hallar no solo entretenimiento, sino también un sentido de pertenencia, inspiración y una ventana a nuevas libertades. Estas conclusiones nos invitan a reconocer el potencial del *soft power* cultural y su papel en la creación de una comunidad global más conectada y empática.

#### **1.5. Referencias**

- Correa Restrepo, F. (2017). Desarrollo económico de Japón: de la génesis al llamado milagro económico. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: investigación y reflexión*, 25(1), 57-73. Disponible en <https://doi.org/10.18359/rfce.2654>
- Gil Escudier, E. (2019). El Manga: de la tradición a la cultura de masas. Meiji. El nacimiento del Japón Universal. 97-107. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/743285.pdf>
- Horno López, A. (2012). Controversia sobre el origen del Anime. Una nueva perspectiva sobre el primer dibujo animado japonés. *Con A de animación*, 106-118. Disponible en <https://polipapers.upv.es/index.php/CAA/article/view/1055>
- Lemes, A. (2022). La industria cultural del anime: desarrollo, retos y perspectivas. *Revista Observatorio Iberoamericano de la Economía y la Sociedad del Japón*, 13(37), 16-31. Disponible en <https://bit.ly/49GXX9g>
- Mandujano Salazar, Y.Y. (2008). El camino hacia una política de promoción cultural en el Japón contemporáneo y los inicios de una campaña de fortalecimiento de la identidad nacional. *Estudios de Asia y África*, 51, 77-104. Disponible en <https://www.scielo.org.mx/pdf/eaa/v51n1/2448-654X-eaa-51-01-00077.pdf>
- Portafolio. (s. f.). ¿Cuánto dinero generó la saga «Dragon Ball» para Toei y para Akira Toriyama? Portafolio.co. <https://bit.ly/3ZYknD5>
- Rodríguez Fernández, I. (2016). El anime como valor cultural. En: Gómez Aragón, A. (Editora), *Japón y Occidente. El Patrimonio Cultural como punto de encuentro* (pp. 183-192). Sevilla: Aconcagua Libros.
- Rodríguez Moyano, J. (2017). Representación del colectivo LGTB+ en el anime japonés. Disponible en <https://idus.us.es/handle/11441/78467>
- Román, J. M. M. (2016). Manga y anime: La historia ilustrada. *Kokoro: Revista para la difusión de la cultura japonesa*, (3), 7-7. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6096393>