

El mercado del anime experimentó un crecimiento increíblemente rápido en los últimos años, abarcando diversos sectores comerciales como la música, los videojuegos, los productos y los eventos.

Un estudio realizado por Dentsu, para la revista Variety, donde se encuestaron a más de ocho mil personas de diez países distintos, reveló que el 50% de las personas pertenecientes a las generaciones millennial y Z (de entre 12 - 44 años) consumen anime con regularidad.

Anuncio Patrocinado

Los encuestados señalaron que su preferencia por este tipo de contenido se debe a que valoran la originalidad de los mundos e historias que ofrece el anime, su diversidad de géneros y porque existe un creciente interés por la cultura japonesa.

Esto en contraste al contenido más “hollywoodense” que ha presentado una fatiga para esta audiencia. Según este mismo estudio, el 29% de los fans estadounidenses de anime afirmaron sentirse agotados con las producciones tradicionales del cine occidental.

WAM | PUBLICIDAD

AGENCIA DE PUBLICIDAD

-  **Impresiones**
-  **Manejo de redes sociales**
-  **Videos y fotografías profesionales**

 **Conversemos por WhatsApp**



Además, de acuerdo al informe anual de la Asociación de Animación Japonesa, este mercado está valuado en \$24 mil millones de dólares a nivel mundial. Una cifra que podría alcanzar

los \$43 mil millones de dólares para 2027.

El fenómeno del anime en Chile

Para Riko Iizumi, experta en cultura japonesa y académica del Departamento de Lingüística y Literatura de la Usach, este fenómeno se dio gracias a que “la generación millennial encontró el anime y descubrió la cultura japonesa como cultura pop, manga, juegos, etc. y se la transmitió a la generación Z”.

Oriel Rodríguez, traductor inglés - japonés y académico Usach, explicó el impacto del anime en los millennials y generación Z, además de profundizar sobre cómo se generó el “boom” de la animación japonesa en Chile, donde “no tiene precedentes”.

El académico planteó a [Diario Usach](#) que lo fascinante de nuestro país es que, gracias a la televisión abierta, el fenómeno del anime se viene gestando “desde los fines de los 70’, hasta que hoy en día creo que tenemos prácticamente tres o cuatro generaciones que ya han consumido anime como si fuera algo muy normal”.

Esto hizo que “no sólo la generación millennial y Z es la que le gusta esto, sino que los papás de ellos. Incluso muchos abuelos, quizás de entre 50 años, ya recuerdan series como la Abeja Maya, Mazinger Z... Entonces la gente mayor le dio el puntapié inicial de esto”, relató Rodríguez.

El profesional hizo hincapié en que “es un caso súper atípico de lo que sucedió quizás en otros países de Latinoamérica o incluso España. Fue muy distinto como se formuló todo”.

Esta extraña amalgama se dio con mayor fuerza más cercano a la década del 80’ gracias a que, según explicó el traductor, “alguien, de una manera muy inaudita, empezó a traer estas series que eran mucho más baratas, según lo que había escuchado por algunas historias por ahí, y eso lo empezaron a poner de manera rotativa en Pipiripao”.

“Yo creo que los grandes como patriarcas de los medios en esa época no lo entendían muy bien, pero generaron un tremendo impacto. A niveles estratosféricos que no se habían dado incluso en latinoamérica”, relató el académico.

Amamos las telenovelas, amamos el anime

Aunque no lo creas, el hecho de que en nuestro país tengamos un gran fanatismo por las telenovelas, podría explicar el por qué caló tanto el anime.

El Licenciado en Lingüística Aplicada a la Traducción Inglés - Japonés, comentó que “el anime en sí, a diferencia del cartoon, no es una historia autoconclusiva que en un capítulo se acaba. Sino que esto se va extendiendo a través del tiempo, prácticamente como una teleserie”.

Y es justamente esto lo que, en parte, explicaría el fenómeno. “Yo creo que las teleseries son como un emblema de lo que también tenemos a nivel multimedia en Chile. O sea, el anime se asemeja mucho a eso, creo que al chileno en sí le gusta mantener... Como saber todo este camino del héroe, sin saber hasta dónde llega el final. Pero lo espera, quiere buscar cómo termina, cuál es la conclusión de todo ello”, aseguró Rodríguez.

La llegada del internet

Antes de la llegada de la era digital, Oriel Rodríguez recordó que “en esa época estábamos directamente recluidos a lo que se veía en la televisión. Porque pensemos que en esa época existían uno o a lo más dos televisiones. Ya a fines de los 2000, yo creo que cada uno en su casa tenía tres o cuatro televisiones, entonces de ahí podíamos nosotros como escoger lo que podíamos ver, pero antiguamente no existía esa fórmula”.

También, “existía todo este tema ya como del fandom. O sea, la gente ya no solamente le gustaba algo, lo veía y terminaba. Sino que se empezó a generar comunidad”, explicó el académico.

Y ya con la llegada del internet, señaló el experto, todas y todos pertenecientes a estas comunidades más pequeñas, “nos empezamos a dar cuenta de que a mucha gente también le gustaba esto mismo. Habían generado páginas web y se había profundizado mucho más en el tema”.

“Ahora existe todo lo que es la **democratización simplemente con la época del smartphone**. Entonces, tener todo a la mano ya en el fondo genera nuevas necesidades y a la vez también nuevos gustos. Esto va a la vez también masificándose mucho más en la época, ya después del 2010. Además, Japón también se empezó a dar cuenta de ello y empezó a **fomentar justamente dentro de su país que el anime era parte como de su estandarte cultural**”, finalizó Rodríguez.

y tú, ¿qué opinas?