

Conexiones transmediáticas en el cine japonés contemporáneo

Francisco Javier López Rodríguez, **Nagoya University, Japón**
lopez.rodriguez@h.mbox.nagoya-u.ac.jp

Recibido: 03/05/2016 • Aceptado: 25/05/2016 • Publicado: 28/07/2016

Cómo citar este artículo: López, F. J. (2016). Conexiones transmediáticas en el cine japonés contemporáneo. *Sphera Publica*, 1(16), 3-20

RESUMEN

Académicos y críticos interesados en la cinematografía nipona se han aproximado a las películas japonesas utilizando como marcos de referencia el exotismo cultural, las diferencias estilísticas respecto al cine occidental o las categorías de autor y género. No obstante, resulta necesario atender al contexto de recepción local para determinar qué tipo de producciones cinematográficas han obtenido un mayor éxito en taquilla e identificar, así, las películas que ocupan una posición más relevante en el imaginario cultural japonés. Este artículo analiza las películas japonesas más taquilleras en Japón en el periodo comprendido entre el año 2000 y 2014. Se muestra que la mayoría de los títulos presentan conexiones narrativas con otros medios de comunicación, por lo que se identifican y comentan las tendencias más relevantes. Las conclusiones sugieren que las películas japonesas no deberían ser consideradas únicamente como obras aisladas sino como nodos de las redes narrativas que construyen las franquicias transmediáticas.

PALABRAS CLAVE

Cine japonés, transmedia, adaptación cinematográfica, industrias audiovisuales.

Transmedia connections in contemporary Japanese cinema

Francisco Javier López Rodríguez, Nagoya University, Japón
lopez.rodriguez@h.mbox.nagoya-u.ac.jp

Received: 03/05/2016 • Accepted: 25/05/2016 • Published: 28/07/2016

How to reference this paper: López, F. J. (2016). Conexiones transmediáticas en el cine japonés contemporáneo. *Sphera Publica*, 1(16), 3-20

ABSTRACT

The American playwright Tennessee Williams had in his family a source of inspiration to create the characters of his literary works. He was educated in a southern environment marked by the religion and social conservatism, the influence of his mother, and the absence of his father, and he developed a special sensibility to understand personal relationships and reflected in the characters of their texts the personality of the members of his own family. The person who had a greater influence in his personal development was his mother, Edwina. He made a first portrait of her in *The Glass Menagerie*, and, subsequently, he reflected his appearance and personality traits in mother protagonists of *The Rose Tattoo*, *Suddenly*, *Last Summer* and *This Property Is Condemned*. The close relationship between these characters and Mrs. Williams highlights on stage but, especially, in the film adaptation of these works to bring the character to spectator. From these considerations, this work reflects on the influence that Edwina had in education and in the life of the author, and his presence in the complex matriarchs of the production of Williams.

KEY WORDS

Japanese cinema, transmedia, film adaptation, media industries

INTRODUCCIÓN: APROXIMACIONES OCCIDENTALES AL CINE JAPONÉS

Los primeros encuentros entre el cine japonés y las audiencias occidentales (espectadores, críticos, académicos) tuvieron lugar durante los años 50, década en la que comenzó a desarrollarse el interés por el cine injustamente catalogado como "periférico".¹ El éxito alcanzado por *Rashomon* (Akira Kurosawa, 1951) en la Mostra de Venecia en 1951 hizo que otros festivales europeos comenzaran a exhibir films japoneses,² los cuales compartían entre sí el hecho de tratarse de producciones de corte histórico que mostraban un Japón feudal repleto de samuráis, geishas, *katanas* y kimonos. Es decir, reforzaban la imagen exótica que el imaginario euro-céntrico poseía respecto a Japón al tiempo que negaba u ocultaba la realidad social del Japón contemporáneo que empezaba a recuperarse de la postguerra.³ Esta situación provocó que durante los años cincuenta la prensa especializada y la crítica cinematográfica, fascinadas por el exotismo cultural de las películas japonesas, prestaran una atención creciente a dicha cinematografía. Sin embargo, estas obras llegaron descontextualizadas respecto a la estética y la evolución histórica del cine en Japón, por lo que las valoraciones que recibieron se basaban principalmente en el contraste entre las películas japonesas y las occidentales. Se establece entonces, prácticamente desde los inicios de su andadura internacional, una conceptualización del cine japonés como "diferente" en comparación con el cine europeo o norteamericano.

Tras este inusitado interés durante la década de los años 50, el cine japonés entró en una fase de letargo en lo referente a su circulación occidental hasta que a mediados de los años 70 se produce por parte de ciertos círculos académicos la reivindicación del cine clásico japonés, principalmente representado por la obra de Yasujiro Ozu. Así, la revista inglesa *Screen* publicó en 1976 una serie de artículos en los que se proclamaba una nueva lectura del cine de este director. Por ejemplo, Kristin Thompson y David Bordwell (1976) llegaron a la conclusión de que las películas

¹ Elena (1999) ha señalado el modo en que la crítica, y quizás consecuentemente la academia, ha venido "descubriendo" progresivamente diversas cinematografías periféricas. Así, durante los años 50 se prestó gran atención al cine japonés, indio y argentino. En los años sesenta el proceso se intensificó con la eclosión del cine cubano de la Revolución, el *cinema novo* brasileño, o los nuevos cines árabes (1999: 16-17). Durante los años 80 cobraron relevancia el cine chino e iraní mientras que con la llegada del nuevo milenio el testigo parece haber sido tomado por la pujante cinematografía de Corea del Sur, Tailandia y los cines de África.

² En 1952 *Vida de Oharu, mujer galante* (*Saikaku Ichidai Onna*, Kenji Mizoguchi, 1952) conseguiría el Premio Internacional del Festival de Venecia y en 1953 *Cuentos de la luna pálida de agosto* (*Ugetsu Monogatari*, Kenji Mizoguchi) se alzaría con el León de Oro del festival italiano. Al año siguiente, *La puerta del infierno* (*Jigokumon*, Teinosuke Kinugasa, 1954) vencería en Cannes (Miranda, 2006: 33).

³ Weinrichter ha definido este proceso como "el efecto kimono" y sugiere que "los personajes actuales hacen más problemático que el espectador occidental ponga en marcha con ellos el mecanismo de 'identificación', tendiendo más bien a disparar los resortes de rechazo cuando se trata de proyectarse en quienes no son de raza blanca; sin embargo, ese rechazo queda neutralizado por la estilización de un cine de época en el que la lejanía cultural se funde con la temporal bajo el manto de raso de lo exótico" (2002: 17).

de Ozu proponían esquemas formales similares a los del cine modernista occidental. Y tres años después llegaría *To the Distant Observer. Form and Meaning in the Japanese Cinema* (1979), un libro decisivo en el que Noel Burch planteaba que Japón había desarrollado un modo propio de representación distinto al modo de representación institucional (MRI). Burch consideraba que este modo de representación suponía una crítica implícita al MRI en tanto que el modelo de cine narrativo que hemos aceptado como "natural" no lo es tanto, ni el único posible, tal y como demostraría la existencia de la alternativa desarrollada en Japón.⁴ No obstante, estas manifestaciones pueden considerarse como síntomas de la voluntad euro-céntrica de "interpretar" en beneficio propio y con ciertos fines ideológicos las peculiaridades formales del cine japonés.⁵ De hecho, la radical postura de Burch ha sido cuestionada o matizada por otros autores, entre ellos el propio Bordwell, que considera exageradas las pretensiones de Burch y lo acusa de argumentar sus planteamientos usando la obra de ciertos cineastas especialmente preocupados por explorar los límites de la forma cinematográfica (Miranda, 2006: 49).

La tercera ola de interés por el cine japonés se produce a finales de los años 90 y, en este caso, podemos identificar la confluencia de dos vías. Por un lado, la crítica internacional sitúa en el panorama mediático a ciertos directores japoneses que vienen a sustituir en el imaginario cinematográfico a cineastas previos y se convierten en estandartes del "cine japonés actual". Por ello, no debe resultarnos sorprendente que Hirokazu Koreeda fuera premiado en Venecia en 1995, que Takeshi Kitano obtuviera su consolidación internacional como autor en 1997 al recibir el León de Oro por *Hana-bi* (a pesar de que en Japón no se le hubiera tomado en serio hasta entonces) o que el mismo año Naomi Kawase llamara la atención en Cannes. Es decir, la crítica cinematográfica y el circuito de festivales pusieron de manifiesto la existencia de realizadores japoneses contemporáneos que se caracterizaban por la repetición de modelos expresivos típicamente japoneses (Koreeda como heredero de Ozu), la equiparación con autores occidentales (Kitano como la versión japonesa de Tarantino) o eran ubicados como artistas innovadores (Kawase).

Sin embargo, de modo paralelo a esta difusión del cine japonés en un contexto más bien minoritario y elitista, se produjo una expansión masiva de la cultura popular japonesa propiciada por el desarrollo de la tecnología digital y la implantación de internet como hiper-medio de comunicación transnacional. Gracias a las nuevas posibilidades de interacción e información,

⁴ El deseo de usar el cine clásico japonés como herramienta para cuestionar las bases del modelo expresivo estadounidense queda patente cuando Burch afirma que "the people who most need to study this cinema in its most 'radically Japanese' form are those committed to constructing a through-going critique of the dominant modes of Western cinema" (1979: 17).

⁵ Weinrichter ha llamado a esta segunda ola de interés en el cine japonés "el efecto crisantemo" y lo caracteriza como "la voluntad, y la soberbia, eurocéntrica de leer en beneficio propio el sentido del estilo de Ozu sin tener en cuenta el sentido que pudiera tener dentro del sistema de representación japonés" (2002: 26).

diversas manifestaciones de la cultura popular nipona como el cómic (manga), la animación (anime) y los videojuegos así como la música pop (J-pop) o las distintas modas propias de tribus urbanas han alcanzado un nivel de difusión en países occidentales sin precedentes. En el medio cinematográfico esta atracción se puede ejemplificar a través del éxito global que obtuvo el cine de terror japonés durante el periodo comprendido entre 1998 y 2003⁶. No obstante, pese a los avances en la comprensión intercultural y la gran cantidad de información disponible en la era digital, esta tercera ola continúa manteniendo el énfasis en la "peculiaridad" de la cultura nipona (Cueto, 2003). De hecho, con el progresivo interés despertado por otras cinematografías de países asiáticos como Corea o China, ciertos autores han expandido la noción de diferencia que caracteriza a las producciones japonesas. Así, Coppola (2004) propone comprender el cine asiático (entendiendo como tal las producciones de China, Corea, Japón, Taiwán y Hong Kong) no como un sistema de representación opuesto al MRI sino simplemente diferente. Según propone, ya no cabría hablar de un modo de representación oriental sino de una cierta noción típicamente oriental de la representación. Por su parte, Codó Martínez plantea acertadamente que el cine asiático suele ser entendido de modo diferente en función de su vinculación con otras categorías analíticas, tales como el cine de autor o el cine de género (2010: 184), que en última instancia refuerzan su diferenciación respecto al cine occidental.

Estas tres fases han moldeado la imagen del cine japonés que tenemos en Occidente a través de diversos procesos en los que han intervenido la política de selección de los festivales de cine, las filias de la crítica cinematográfica, los discursos académicos sobre el cine japonés que se han elaborado desde las disciplinas (no siempre bien avenidas) de los Estudios Cinematográficos y los Estudios Japoneses, la mercantilización de las obras cinematográficas y los condicionantes que afectan a su distribución, el auge de las comunidades de fans, y el impacto de la tecnología digital. El resultado ha sido la continua consideración del cine japonés como una cinematografía diferente, pero es necesario plantearse si dicha diferencia se ubica en la producción fílmica de Japón o más bien en la mirada externa de quien cataloga, valora y sistematiza. Es decir, dado que las aproximaciones previas al cine nipón han estado marcadas por el desconocimiento del contexto de producción de las obras, por análisis de casos de estudio individuales, y por un punto de vista marcadamente etnocentrista (a veces incluso de modo inconsciente), se hace necesario reclamar un estudio riguroso del cine japonés que permita conocer los diferentes planteamientos, estilos, temas y modos de representación que conviven dentro de la cinematografía japonesa.

⁶ Producciones japonesas como *The Ring* (*Ringu*, Hideo Nakata, 1998), *La maldición* (*Ju-on*, Takashi Shimizu, 2000) o *Llamada perdida* (*Chakushin ari*, Takashi Miike, 2003) gozaron de una distribución sin precedentes en territorios occidentales hasta que la efímera moda del terror japonés (*J-Horror*) fue fagocitada por la etiqueta genérica de "terror asiático" al llegar producciones similares de países como Corea del Sur o Tailandia así como por los *remakes* estadounidenses de estas obras. Estos procesos terminaron por diluir el "aura" japonesa de este tipo de films e hicieron que las características temáticas y expresivas de tales obras quedaran inscritas en el imaginario abstracto del "terror asiático".

1. SIMILITUDES ENTRE LOS CONCEPTOS DE TRANSMEDIA Y MEDIA MIX

En 2006 se publicó el libro *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide* del influyente investigador estadounidense Henry Jenkins. Dicha obra se centra en la relación entre tres conceptos (convergencia mediática, cultura participativa e inteligencia colectiva) y cómo han venido modificando recientemente el ecosistema mediático mundial. Por convergencia mediática Jenkins se refiere a "the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost everywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want" (2006: 2). Jenkins reconoce la pluralidad de significados que puede albergar el término "convergencia", en tanto que puede referirse a procesos tecnológicos, industriales, culturales y sociales. Sugiere que las discusiones en torno a la convergencia se inician a partir de la implantación de la tecnología digital a finales de los años noventa, lo cual marca el inicio de un periodo de transición, un cambio de paradigma, en las industrias mediáticas. Centrándose en el modo en que la convergencia está modificando la cultura popular estadounidense, especialmente las relaciones entre contenido, productores y audiencias, Jenkins analiza varios casos de estudio como el *reality show American Idol* (2002-) o las creaciones de los fans de Harry Potter.

Dentro de esta obra resulta especialmente interesante su aproximación al concepto de narrativa transmedia a partir de la franquicia iniciada con la película *The Matrix* (Wachowski, 1999). Jenkins considera que la pluralidad de textos mediáticos surgidos en torno a *The Matrix* (videojuego, cómics, películas, cortometrajes animados) es "entertainment for the age of media convergence" (2006: 95) y un ejemplo de narrativa transmedia⁷ o transmediática. Es necesario enfatizar que Jenkins señala la importante influencia que la cultura mediática japonesa ejerció sobre los hermanos Wachowski en su diseño no sólo de la película sino también de toda la red de textos que componen la franquicia. Así, si bien tanto el argumento como el diseño de producción de *The Matrix* se inspiran en obras de manga o *anime*, Jenkins plantea que probablemente el interés de los Wachowski por las estrategias transmediáticas se deba a la influencia que han recibido del *media mix* japonés. Basándose en las ideas de Ito, Jenkins define el *media mix* del siguiente modo:

⁷ Jenkins explica qué es una narrativa transmedia del siguiente modo: "A transmedia story unfolds across multiple media platforms, with each new text making a distinctive and valuable contribution to the whole. In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best – so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels and comics; its world might be explored through game play or experienced as an amusement park attraction. Each franchise entry needs to be self-contained so you don't need to have seen the film to enjoy the game, and vice versa. Reading across the media sustains a depth of experience that motivates more consumption" (2006: 95-96).

On the one hand, the media mix strategy disperses content across broadcast media, portable technologies such as game boys or cell phones, collectibles, and location-based entertainment centers from amusement parks to game arcades. On the other, these franchises depend on hypersociability, that is, they encourage various forms of participation and social interactions between consumers. (2006: 110)

Jenkins señala que la estrategia del *media mix* se comenzó a introducir en Estados Unidos gracias al éxito de franquicias como *Pokémon* o *Yu-Gi-Oh!*, pero "operates in even more sophisticated forms in more obscure Japanese franchises" (2006:110). Es decir, la definición de narrativa transmedia que propone Jenkins a partir de su análisis de *The Matrix* resulta muy similar a la práctica del *media mix*, pero este autor no llega a profundizar en el modelo japonés de circulación de contenido mediático que, aparentemente, sirvió como inspiración para los hermanos Wachowski.

Afortunadamente, Marc Steinberg ha contribuido a clarificar la distinción entre "convergencia" y "media mix" en su obra *Anime's Media Mix. Franchising Toys and Characters in Japan* (2012). Este autor señala que existe la tendencia a asociar la aparición de un término con la implantación del fenómeno que define. Así, la decisiva contribución de Jenkins y las aportaciones de otros investigadores que han seguido su consideración de *The Matrix* como obra pionera en la configuración de narrativas transmedia (Scolari, 2013) puede llevarnos a pensar que este tipo de productos son característicos de la era digital.

Sin duda, la preeminencia de la industria audiovisual estadounidense no sólo en términos económicos sino también como objeto de estudio preferente para los investigadores de todo el mundo contribuye a una cierta miopía académica que ignora o no da la importancia que merecen ciertos fenómenos ocurridos en el pasado, en países no occidentales o en contextos culturalmente desprestigiados (como es el caso del cómic, la animación o el videojuego)⁸. Por ello, debido a las interesantes conexiones que presenta con el concepto de convergencia y a su utilidad para entender la industria audiovisual nipona, resulta necesario prestar atención al fenómeno del *media mix* en Japón.

Media mix (メディアミックス, *mediamikkusu*) es un caso de *wasei eigo*, es decir, una expresión japonesa creada utilizando palabras en inglés. Pese a que pueda parecer que tienen un origen anglófono, este tipo de expresiones vienen a ser en realidad una apropiación de términos foráneos para designar un concepto japonés. En el caso de *media mix* resulta obvio que la intención es expresar una mezcla (*mix*) de medios (*media*), si bien dicho término se refiere

⁸ Podemos señalar como ejemplo de la existencia de narrativas transmedia previas a la era digital la saga *Kerberos* (ケルベロス・サーガ) creada por Mamoru Oshii en 1986. Se trata de un universo ficcional que combina la ciencia ficción y una visión alternativa de la historia mundial reciente que se ha venido desplegando, a lo largo de las décadas, a través de películas de imagen real, films animados, cómics, seriales radiofónicos y novelas.

concretamente a una serie de prácticas en la industria de la comunicación y el entretenimiento de Japón similar a la definición de "convergencia" ofrecida por Jenkins. Steinberg (2012) señala que el término *media mix* se implantó en la década de los años 80 en Japón pero sugiere que el fenómeno que describe dicha palabra se inicia en realidad en la década de los 60 gracias al surgimiento de la industria de la animación y, especialmente, la serie *Tetsuwan Atomu* (1963) (conocida como *Astroboy* en España). La aparición de esta estrategia coincide con ciertas transformaciones en el capitalismo y en la esfera mediática que se vienen produciendo desde mediados del siglo pasado, por lo que Steinberg argumenta que aunque el *media mix* comienza "as a local development, it nonetheless has significant overlaps with global transformations of capitalism in its post-Fordist manifestation" (2012).

Las similitudes entre los conceptos de narrativa transmedia y *media mix* son numerosas. Patrickson and Young señalan que "both the anime media mix and transmedial storytelling production models are creative production strategies in and of themselves, characterized by a unified, coordinated production of temporarily and thematically linked networks of equal value media" (2010: 11). No obstante, se diferencian principalmente en el ámbito cultural-geográfico que abarcan (transmedia en Occidente, *media mix* en Japón) así como en el aspecto que realzan, ya que al hablar de "narrativa transmedia" se enfatizan las conexiones intertextuales de diferentes productos mediáticos mientras que *media mix* suele hacer referencia a estrategias industriales de producción⁹. Así pues, del mismo modo que el *manga* viene a ser la manifestación concreta de los principios del cómic en el contexto socio-cultural de Japón, es posible considerar el *media mix* como la versión japonesa de la convergencia mediática sobre la que teoriza Jenkins. En cualquier caso, ambos conceptos confirman la existencia de una tendencia global hacia una forma de entretenimiento que trasciende las fronteras de los medios tradicionales y presenta el contenido narrativo como un ente maleable, líquido.

En el presente artículo se utiliza el concepto de "conexión transmediática" en un intento por superar las distinciones entre "narrativa transmedia" y "*media mix*". Por conexión transmediática nos referiremos a la existencia de un vínculo narrativo y/o industrial entre productos de distintos medios de comunicación (cine, cómic, animación, videojuego, literatura, etc.) que forman parte de la misma franquicia creativa o universo ficcional. Se trata de un concepto inclusivo y holístico que permite agrupar diversos productos comunicativos caracterizados por su vinculación con otros textos, tales como adaptaciones, *remakes*, secuelas, *cross-overs*, *spin-offs*, etc.

⁹ No obstante, también es posible identificar rasgos narrativos propios del *media mix*. Por ejemplo, Zahlten (2014) ha reflexionado sobre el modo en que productos propios de este sistema convergente (principalmente series de animación) construyen ciertas metáforas del concepto de "mundo" que pueden ser interpretadas en relación con la realidad cultural, social o política de Japón.

2. HIPÓTESIS, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Con el fin de contribuir al conocimiento sobre el cine japonés actual y teniendo en cuenta las limitaciones y los riesgos que existen al abordar como objeto de estudio productos culturales procedentes de un contexto socio-cultural ajeno, este artículo parte de la siguiente premisa fundamental: a la hora de estudiar los films de un país o cultura geográfica y culturalmente lejanos, es necesario tener en consideración los contextos de producción y recepción locales de los mismos. Por "contexto" nos referimos a los condicionantes económicos, sociales, culturales, tecnológicos y legales que determinan el uso y la significación de la obra cinematográfica en dicho país o cultura. Tradicionalmente en el estudio occidental del cine japonés ha primado el énfasis en el contexto de recepción foráneo, es decir, el modo en que las películas niponas han sido interpretadas en Europa y Estados Unidos, mientras que los contextos de producción y recepción locales han permanecido generalmente desatendidos. Así pues, con el fin de demostrar la necesidad de subsanar en la medida de lo posible esta carencia, el presente trabajo de investigación ofrece un análisis de los datos de consumo y cifras de recaudación de la industria cinematográfica nipona prestando especial atención a las manifestaciones concretas del *media mix*. En concreto, la investigación llevada a cabo pretende cumplir los siguientes objetivos:

- 1) Determinar cuáles han sido las películas japonesas más exitosas en términos económicos en la industria nipona contemporánea.
- 2) Identificar la presencia de conexiones transmediáticas dentro de dicho corpus de largometrajes para identificar posibles líneas de investigación o áreas de estudio que nos permitan desarrollar nuestros conocimientos sobre el cine japonés.

La metodología utilizada consiste en una combinación de análisis cuantitativo de los datos oficiales de la industria cinematográfica japonesa; análisis cualitativo del discurso cinematográfico, prestando atención tanto a aspectos estéticos como narrativos; y análisis de las conexiones transmediáticas entre las películas que componen el corpus y otros textos de medios diferentes. Así pues, para conocer qué tipo de películas niponas cuentan con mayor éxito en Japón se procedió a realizar un análisis de las diez películas de producción nacional más taquilleras en Japón durante el periodo comprendido entre el año 2000 y el año 2014. Este marco temporal cubre 15 años y nos ofrece un margen lo suficientemente amplio como para detectar cambios en la industria cinematográfica, además de coincidir con el periodo de implantación de la tecnología digital y el desarrollo de internet. Esta delimitación también ha sido usada por otros autores (Wada-Marciano, 2012) para identificar una serie de rasgos estéticos y temáticos característicos del cine japonés en la era digital. De este modo, utilizando como fuente principal

los datos de recaudación facilitados por la Motion Picture Producers Association of Japan¹⁰, se procedió a identificar las 150 películas más taquilleras de dicho periodo. A continuación se elaboró una ficha individual para cada uno de estos largometrajes en la que se recogía información relativa a su producción (compañía, director, reparto, ingresos), a su estética (imagen real, animación) y a su contenido narrativo (género, sinopsis, conexiones transmediales). Finalmente las 150 películas fueron clasificadas en función de dos variables principales:

- 1) La estética, distinguiendo entre películas de imagen real y películas de animación.
- 2) Las conexiones narrativas existentes entre las obras cinematográficas y otros medios de comunicación. Es decir, se procedió a identificar el origen del contenido narrativo y a clasificar la conexión transmediática que se establecía a través de diversas categorías tales como guiones originales sin relación con otros medios de comunicación, guiones originales relacionados con otras películas a través de su adscripción a una determinada saga cinematográfica, guiones derivados de obras literarias, guiones derivados de cómics, guiones derivados de series de televisión, guiones derivados de series de televisión animadas, guiones derivados de videojuegos, y guiones derivados de otras fuentes (canciones, eventos reales).

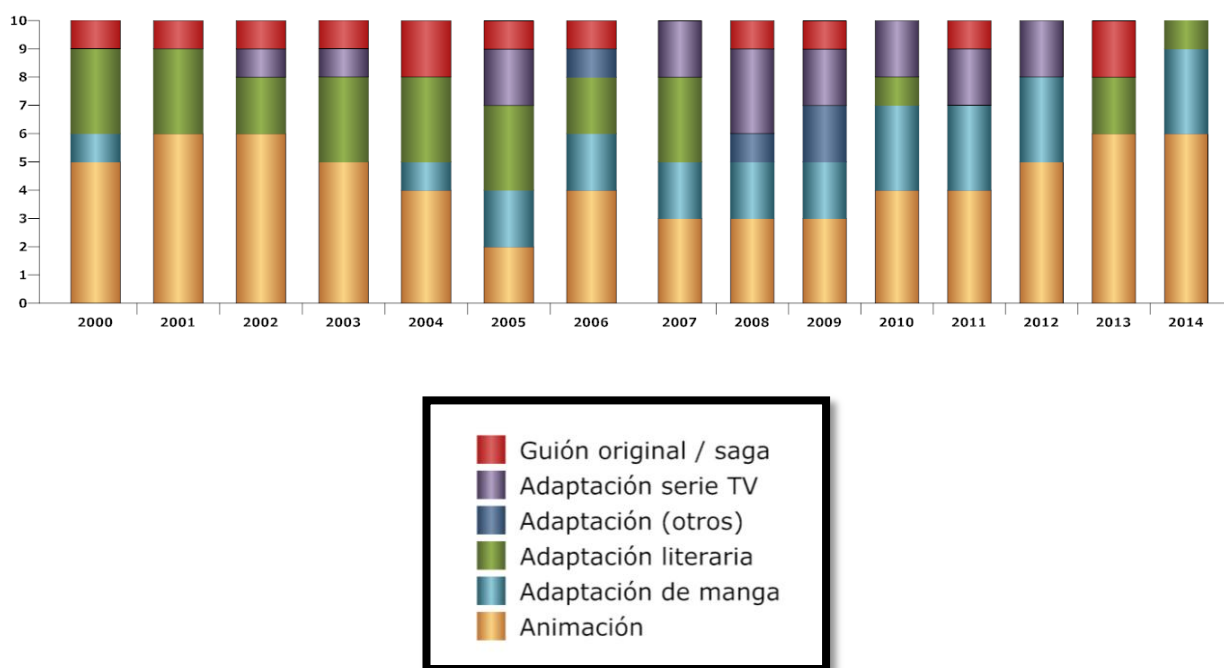
Los hallazgos de estos análisis se detallan en la siguiente sección, donde también se discute con detenimiento dos tipos de películas japonesas que destacan por sus conexiones transmediáticas y que han sido poco atendidas académicamente.

3. RESULTADOS

La clasificación de los 150 largometrajes más exitosos económicamente en Japón en el periodo comprendido entre los años 2000 y 2014 aparece resumida de forma esquemática en el siguiente gráfico. En términos generales, podemos considerar que estos tipos de largometrajes son representativos de los gustos de las audiencias niponas y las tendencias cinematográficas más destacadas del país, pues no en vano han obtenido los mayores ingresos por exhibición.

¹⁰ La Motion Picture Producers Association of Japan (en japonés 一般社団法人日本映画製作者連盟) es una asociación compuesta por las cuatro principales compañías productoras de Japón (Shochiku, Toho, Toei, y Kadokawa) que pretende contribuir al desarrollo del sector cinematográfico nipón. En su página web ofrecen datos estadísticos de la industria nipona. Para más información, consulte <http://eiren.org>.

Gráfico 1: Películas japonesas más taquilleras en Japón clasificadas según su estética (animación / imagen real) y su conexión con otros medios de expresión.



Estos datos nos permiten establecer tres grupos principales: películas de animación, películas de imagen real caracterizadas por su conexión transmediática con otros medios (principalmente novelas, cómics, y series de televisión), y películas de imagen real surgidas de guiones originales. Si bien los dos primeros grupos son muy numerosos y se discuten a continuación en sus propios epígrafes, debemos señalar la escasez de películas de autor dentro de los films más taquilleros en Japón. De las 150 películas analizadas tan sólo 13 películas de imagen real proceden de guiones cinematográficos originales, varios de los cuales presentan conexiones narrativas directas con otras producciones cinematográficas puesto que son continuaciones o secuelas que forman parte de una misma saga. Este hecho pone de manifiesto que el criterio de autoridad, uno de los más utilizados por los críticos y académicos occidentales a la hora de abordar el cine japonés o por distribuidoras para comercializar películas japonesas, no es especialmente relevante en la industria cinematográfica nipona. Es decir, las audiencias japonesas suelen decantarse por otros factores, tales como el género o la vinculación de la película a una determinada franquicia creativa, antes que por el prestigio de un determinado director¹¹. Así, la figura del cineasta-estrella, propia de décadas anteriores, ha venido perdiendo su importancia como reclamo para la taquilla en el

¹¹ No obstante, en determinados casos, sí que podemos apreciar que ciertos directores con un estilo muy reconocido (Hirokazu Kore-eda, Kouki Mitani) o determinados reconocimientos críticos tales como premios en festivales tienen una influencia positiva en términos económicos para las películas de autor.

nuevo ecosistema mediático marcado por las interrelaciones entre múltiples medios de comunicación, grupos empresariales y productos comunicativos.

3.1. Películas de animación

De las 150 películas analizadas, un total de 66 títulos fueron largometrajes de animación mientras que las restantes 84 producciones resultaron ser películas de imagen real. Como vemos, el cine de animación representa una parcela muy importante en la industria cinematográfica japonesa en términos de producción y de ingresos en taquilla. La omnipresencia del lenguaje visual icónico en los medios de comunicación japoneses, principalmente en el cómic, el videojuego o la publicidad, así como los rasgos estéticos y narrativos característicos del anime japonés¹² hacen que los largometrajes animados resulten atractivos para un sector de audiencia mucho mayor que en Occidente, donde todavía existe el prejuicio de considerar la animación como un medio dirigido específicamente al público infantil¹³. En el caso de la industria japonesa, podemos clasificar estas 66 producciones animadas en 3 grupos diferenciados.

En primer lugar encontraríamos las películas del Studio Ghibli¹⁴, las cuales son superproducciones que vienen respaldadas por el prestigio de los fundadores del estudio, Hayao Miyazaki e Isao Takahata. Estas obras, que destacan por una calidad técnica excepcional, una estética personal cuidada hasta el más mínimo detalle y una galería de historias que se mueven entre el drama, la épica y la fantasía, han venido obteniendo ingresos multimillonarios. Así, es frecuente que las películas dirigidas por Miyazaki se conviertan en el film más taquillero del año, tal y como ocurrió en 2001 con *El viaje de Chihiro* (recaudación de 30,4 billones de yenes), en 2004 con *El castillo errante de Howl* (recaudación de 20 billones de yenes), en 2008 con *Ponyo* (15,5 billones), o en 2013 con *Se levanta el viento* (12.02 millones). Si bien es cierto que Miyazaki es un director muy creativo, no duda en usar como inspiración o material de partida distintos tipos de obras. Al versionar o adaptar fábulas universales como *La sirenita* o novelas concretas, como fue

¹² Para más información sobre los rasgos del anime como estilo audiovisual consulte Napier (2005) y Lamarre (2009).

¹³ Afortunadamente, este prejuicio está cambiando gracias a la emergencia de formatos innovadores como el documental animado o la creciente popularidad de productos animados dirigidos a audiencias adultas. Sin duda, la distribución mundial de largometrajes animados japoneses como *Akira* (Otomo, 1988) o *Ghost in the Shell* (Oshii, 1995) a finales de los 80 y principios de los 90 contribuyeron a matizar la imagen unitaria de la animación que las producciones estadounidenses, principalmente Disney, habían ido construyendo.

¹⁴ Fundado en 1985 y con sede en Koganei, Tokio, el Studio Ghibli (スタジオジブリ) es una productora especializada en obras de animación. Entre sus producciones se encuentran varias películas de animación que han cosechado un gran éxito de crítica y público en Occidente. Además de largometrajes, el Studio Ghibli también ha realizado spots para televisión, cortometrajes y secuencias para videojuegos, además de gestionar un museo propio.

el caso del libro de Diana Wynne Jones, Miyazaki introduce en su filmografía una dimensión intertextual que ha sido relativamente poco explorada.

En segundo lugar, debemos destacar la presencia de películas de animación basadas en franquicias populares que se comercializan a través de diferentes medios de comunicación, incluyendo el cine. Muchas de estas franquicias tienen su origen en cómics (como es el caso de *Doraemon*, *Detective Conan*, *One Piece*) o videojuegos (*Pokémon*), pero la historia y los personajes han superado con creces los límites de la obra de partida para dar lugar a multitud de secuelas, adaptaciones, historias paralelas, revisiones o nuevos desarrollos en medios tan variados como el cómic, las series de animación, los videojuegos y, consecuentemente, el cine. Cada una de estas franquicias se configura a modo de macro-universo ficcional que se despliega a través de una compleja red narrativa en la que cada nodo puede añadir nuevos personajes o desarrollos argumentales. Las audiencias de estos productos son principalmente niños y adolescentes, por lo que los largometrajes animados basados en estas franquicias se estrenan generalmente en los periodos de vacaciones escolares (los meses de marzo, agosto o diciembre). Así pues, año tras año, películas animadas pertenecientes a dichas franquicias copan los primeros puestos de los films nipones más taquilleros. Por citar un ejemplo, la primera película basada en el popular videojuego de Nintendo, *Pokémon: The Movie*, fue el film más taquillero de Japón en el año 2000, generando unos ingresos de 4,85 billones de yenes. Desde entonces, en cada año del periodo analizado (2000-2014) una película de la franquicia *Pokémon* ha estado presente en el top 10 anual de la taquilla cinematográfica japonesa. Se trata, por tanto, de un producto mediático perfectamente asentado en el sector del entretenimiento que aprovecha continuamente las sinergias procedentes de los videojuegos y la serie de televisión.

Es necesario señalar que estas franquicias utilizan diversas estrategias para engarzar los diferentes productos que componen el universo ficcional. Por un lado, franquicias como *Pokémon* y *Doraemon* desarrollan sus películas como historias adyacentes o paralelas a los demás productos culturales en los que participan los mismos personajes. Si bien es cierto que pueden aparecer personajes procedentes de los videojuegos o la serie de televisión, como ocurre en el caso de *Pokémon*, las películas animadas son auto-conclusivas e independientes respecto a otros productos. En el caso de *Doraemon*, muchas películas usan como premisa argumental los viajes en el tiempo que realizan los personajes, de modo que el *status quo* del universo creativo no se modifica en absoluto pues los eventos relatados por los films suceden en otras épocas o lugares. Por el otro lado, franquicias como *One Piece* o *Naruto* presentan un mayor grado de conexión con la obra original y la historia canónica. En estos casos es frecuente que los largometrajes exploren partes de la historia que no se han desarrollado o explorado suficientemente en otros medios, optando así por expansiones del relato que profundizan en eventos del pasado o en personajes secundarios.

Por último, en un tercer grupo, ubicaríamos las películas animadas dirigidas por directores prestigiosos (como sería el caso de Mamoru Hosoda); los remakes o revisiones de obras clásicas de

anime (como viene a ser el proyecto *Rebuild of Evangelion* que está llevando a cabo Hideaki Anno); o films basados en novelas y vinculados a movimientos religiosos, como sería el caso de *Taiyou no Hou. El Cantare e no michi* (2000).

3.2. Películas de imagen real caracterizadas por sus conexiones transmediáticas

Al igual que ocurría con el cine de animación, que se nutre continuamente de otros medios de comunicación como el cómic o el videojuego, el cine de imagen real japonés más exitoso en términos económicos también se caracteriza por sus conexiones transmediáticas. Este hecho no es especialmente innovador en sí mismo, puesto que históricamente la industria del cine japonés ha dependido en gran manera de la literatura como fuente de contenidos. Por ejemplo, Keiko McDonald considera que entre 1935 y 1941 tiene lugar la edad dorada de la adaptación cinematográfica en Japón puesto que hacia 1935 el cine sonoro ya se había asentado y los directores contaban con un código de expresión más a través del cual transmitir sus versiones de obras literarias. La adaptación de clásicos ampliamente reconocidos se consolidó con el movimiento *junbungaku* (純文学, movimiento de la "literatura pura"), que surgió en contraste con aquellas películas que adaptaban obras de literatura popular centradas en la acción o el romance. En opinión de McDonald, este tipo de obras contribuyó notablemente a mejorar el nivel artístico y cultural de la cinematografía japonesa (2000: 44). Por su parte, Cazdyn destaca que los jóvenes cineastas de los años 60 rodaron versiones de obras literarias introduciendo cambios y modificaciones destacables sobre los textos originales con el fin de mostrar su intencionalidad creativa e introducir una dimensión crítica respecto a los problemas sociales que Japón vivía en dicho periodo Cazdyn (2002: 88-128).

En el periodo estudiado podemos apreciar que las adaptaciones literarias continúan siendo una fuente habitual de contenidos narrativos para los largometrajes japoneses de imagen real. Estas películas se basan generalmente en novelas recientes consideradas como *best sellers* que son trasladadas a la gran pantalla en un intento por aprovechar el éxito de la obra original. Entre los géneros más exitosos destacan las historias de misterio, los dramas sentimentales y los relatos de tintes bélicos. Por ejemplo, la versión cinematográfica de *Whiteout*, novela de Yûichi Shinbô, fue la segunda película más taquillera del año 2000 con 4,2 billones de yenes; en el año 2004 la película basada en la novela romántica *Crying Out Love, In the Center of the World* de Kyoichi Katayama obtuvo 8,5 billones de yenes; y en el año 2014 el film más taquillero fue un drama bélico basado en la novela *The Eternal Zero* de Naoki Hyakuta, alcanzando un total de 8.76 billones de yenes.

Si bien esta presencia de films basados en obras literarias es frecuente en la industria japonesa, el periodo temporal estudiado (2000-2014) en la investigación llevada a cabo para elaborar este artículo permite observar la aparición y consolidación de dos tipos de adaptaciones cinematográficas novedosas. Por un lado, a partir de los años 2004-2005 observamos cómo las películas de imagen real basadas en cómics han ido incrementando su número en el top 10 de la

taquilla nipona, siendo cada vez más frecuentes en número y exitosas en ingresos. Sin duda, son varios los factores que han contribuido a la consolidación de los films basados en manga, tales como la importancia del cómic en la industria editorial japonesa; la consolidación a nivel internacional de las adaptaciones de cómics, especialmente en Hollywood; la existencia de una amplia base de consumidores potenciales familiarizados con el producto original, la cual se ha multiplicado tras la acelerada difusión internacional del manga; los procesos de convergencia y fusión entre grandes empresas japonesas del sector de la comunicación que, a través de adquisiciones, fusiones o alianzas, han ido desarrollando sinergias para incrementar los beneficios que pueden generar sus propiedades intelectuales, tales como personajes o relatos; y el desarrollo de la tecnología digital, la cual ha facilitado notablemente la recreación en el medio fílmico de las imágenes icónicas del cómic japonés.

La adaptación cinematográfica del cómic japonés se caracteriza por ofrecer películas de imagen real basadas en algún manga popular (generalmente de acción y aventuras, aunque la comedia y el romance también han logrado importantes éxitos). Debido a su éxito, muchas adaptaciones de cómics han contado con secuelas de modo que, progresivamente, las compañías productoras han comenzado a planificar desde la pre-producción de los films la organización narrativa de los eventos del cómic en varios films. El resultado son pequeñas sagas de películas que se componen dos o tres entregas y que son estrenadas con apenas meses de diferencia. Las versiones cinematográficas de *20th Century Boys*¹⁵ (2008-2009), o *Rurouni Kenshi*¹⁶ (2012-2014) permiten apreciar los rasgos característicos de estas adaptaciones, que pueden ser vistas como una reformulación de los seriales cinematográficos de la época silente adaptada al actual contexto mediático.

Por el otro lado, también se ha detectado la progresiva presencia de películas basadas en series de televisión. Si las adaptaciones de cómics vienen a ser generalmente una transposición de los eventos narrados en los mangas, en términos generales las películas de imagen real que surgen como *spin-off* de exitosas series de televisión tienen una mayor continuación narrativa entre la fuente original y la obra derivada. Así pues, es frecuente que tras la emisión de una o varias temporadas de la serie en cadenas de televisión se estrene en cines un largometraje relacionado con el universo de la serie, ya sea a modo de historia extra, como cierre al relato o como *spin-off* protagonizado por algún personaje. Si esta versión cinematográfica tiene mucho éxito es posible que genere secuelas e, incluso, una nueva temporada para televisión. Uno de los ejemplos más

¹⁵ El manga *20th Century Boys* (20世紀少年, Nijūseiki Shōnen, Naoki Urasawa, 1999-2006) fue adaptado en una trilogía compuesta por los largometrajes *20th Century Boys: Beginning of the End* (Yukihiko Tsutsumi, 2008), *20th Century Boys 2: The Last Hope* (Yukihiko Tsutsumi, 2009), y *20th Century Boys 3: Redemption* (Yukihiko Tsutsumi, 2009).

¹⁶ El cómic *Rurouni Kenshin* (るろうに剣心, Nobuhiro Watsuki, 1994-1999) ha sido adaptado en forma de trilogía compuesta por *Rurouni Kenshin* (Keishi Otomo, 2012), *Rurouni Kenshin: Kyoto Inferno* (Keishi Otomo, 2014) y *Rurouni Kenshin: The Legend Ends* (Keishi Otomo, 2014).

emblemáticos de este tipo de relación transmediática lo encontramos en la franquicia *Bayside Shakedown*, la cual comenzó como serie de televisión pero se ha desplegado en diferentes sub-sagas televisivas y cinematográficas. La segunda película basada en la serie, *Bayside Shakedown 2*, fue el film más taquillero del año 2003 en Japón, superando los 17 billones de yenes en recaudación. Si tenemos en cuenta que muchas de las series de televisión que dan el salto a la pantalla cinematográfica se basan en cómics (tal es el caso de las franquicias *Rookies* o *Boys Over Flowers*) podemos comprender que, en el actual ecosistema mediático japonés, el contenido narrativo se difunde a través de conexiones transmediáticas que terminan por diluir la noción de "obra original" en pos de una multiplicidad de versiones del mismo relato.

CONCLUSIONES

Tal y como han señalado varios autores (Wada-Marciano, 2012; Woojeong, J.; Denison, R. y Furukawa, 2013), el cine japonés en la era digital se encuentra caracterizado por la concentración de conglomerados mediáticos que han venido desarrollando múltiples estrategias industriales y comerciales para explotar al máximo sus productos comunicativos. Como resultado, la obra cinematográfica ha venido perdiendo su unicidad textual para convertirse, más bien, en un punto nodal interconectado con diversos medios de comunicación. Así, aunque las narrativas suelen surgir principalmente en cómics o en novelas, es frecuente que estos relatos sean re-narrados o expandidos a través de diversos medios como la televisión, la animación o el cine, creando así una red de productos derivados o inter-relacionados que facilita la colaboración entre diversas industrias mediáticas. Por ello, la versión en largometraje que se estrena en cines no es la única traslación que sufre el texto original sino que, en un esfuerzo por maximizar las sinergias, es frecuente que durante el mismo año en que se estrena el largometraje también aparezcan series de televisión animadas, series de televisión de imagen real, videojuegos, o cómics relacionados (nuevas historias, nuevas ediciones) con el texto original. Este panorama nos permite comprender mejor las características del *media mix*, en tanto que manifestación idiosincrática de la convergencia mediática.

Un rasgo destacable viene a ser que el *media mix* japonés opta por una explotación expansiva de la franquicia de moda durante un breve periodo de tiempo (de uno a dos años), a diferencia del modelo estadounidense de adaptación de cómics. Por ello, mientras que en Hollywood se producen continuas secuelas de las obras más exitosas a lo largo del tiempo, en Japón se ofrece a los consumidores diferentes fenómenos mediáticos durante periodos de tiempo más limitado. Esta estrategia evita la saturación del público y el agotamiento de personajes-fórmulas puesto que se va alternando entre tipologías de historias y géneros. Otro aspecto interesante es que mientras las producciones transmediáticas de la industria audiovisual estadounidense parecen optar por una serialidad macro-textual en proyectos como el *Marvel Cinematic Universe*, en el ecosistema mediático japonés se opta por la reformulación del contenido original adaptado a las

particularidades de cada medio en cuestión. En vez de conectar la serie de televisión, el videojuego y la película a través de engarces narrativos, los productos audiovisuales japoneses vienen a ofrecer el mismo contenido argumental sin prestar atención a los cambios o adaptaciones que se realizan en cada una de las obras derivadas. Es decir, se acepta la pluralidad de versiones del contenido original como una característica positiva que permite al fan consumir su relato favorito en diversos medios (en tanto que cada uno de ellos produce una experiencia estética diferente) con el placer añadido de identificar y evaluar los cambios introducidos, al tiempo que posibilita que el público general o aquellas personas no familiarizadas con el producto de origen puedan acceder al universo diegético a través de múltiples accesos. Las características de este modelo de producción y gestión de contenidos deberían ser tenidas en cuenta por los agentes involucrados en el estudio, el conocimiento y la difusión del cine japonés. Las categorías tradicionales de los Estudios Cinematográficos, tales como la noción de cine de autor o género fílmico, no resultan plenamente operativas para comprender cómo funcionan a nivel narrativo y comercial la mayor parte de las películas que se han mencionado en este artículo. En la era digital se hace necesario atender a las conexiones transmediáticas que existen entre el cine y los demás medios de comunicación puesto que en dichas colaboraciones surgen nuevas oportunidades para la innovación estética, el desarrollo narrativo y la comercialización de los productos comunicativos. La necesidad de investigar en profundidad sobre las manifestaciones concretas del *media mix* japonés se hace patente y, sin duda, consideramos que los tipos de películas identificadas en este artículo (películas animadas basadas en franquicias, películas de imagen real basadas en cómic, películas de imagen real basadas en series de televisión) pueden ser un punto de partida propicio para continuar avanzando en nuestra comprensión del cine japonés contemporáneo.

BIBLIOGRAFÍA

- Bordwell, D., y Thompson, K. (1976). Space and Narrative in the Films of Ozu. *Screen*, 17, 2, 41-73.
- Burch, Noel (1979). *To the Distant Observer. Form and Meaning in the Japanese Cinema*. Londres: Scholar Press.
- Cazdyn, E. (2002). *The Flash of Capital. Film and Geopolitics in Japan*. Durham: Duke University Press.
- Codó Martínez, J. (2010). El «cine asiático» como género: problemas de definición. En Pedro San Ginés (ed.), *Cruce de miradas, relaciones e intercambios* (pp. 175-188). Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Coppola, A. (2004). *Le cinéma asiatique: Chine, Corée, Japon, Hong-Kong, Taïwan*. París: L'Harmattan.
- Cueto, R. (2003). Hijos de Neotokio. Claves para una estética geopolítica del nuevo cine japonés. En VV. AA. *El principio del fin. Tendencias y efectivos del novísimo cine japonés* (pp. 13-37), Barcelona: Paidós.
- Elena, A. (1999). *Los cines periféricos. África, Oriente Medio, India*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. Nueva York: Nueva York University Press.
- Lamarre, T. (2009). *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- McDonald, K. (2000). *From Book to Screen. Modern Japanese Literature in Film*. Nueva York: M. E. Sharpe.
- Miranda, L. (2006). *Takeshi Kitano*. Madrid: Cátedra.
- Napier, S. (2005). *Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation*, Nueva York: Palgrave Macmillan.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*, Barcelona: Deutos.
- Steinberg, M. (2012). *Anime's Media Mix. Franchising Toys and Characters in Japan*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Wada-Marciano, M. (2012). *Japanese Cinema in the Digital Age*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- Weinrichter, A. (2002). *Pantalla amarilla. El cine japonés*. Las Palmas de Gran Canaria: T&B Editores.
- Woojeong, J., Denison, R., y Furukawa, H. (2013) *Manga Movies Project Report 1: Transmedia Japanese Franchising*. Online. www.mangamoviesproject.com (consultado el 14 de marzo de 2016).
- Zahlten, A. (2014) Media Mix and the Metaphoric Economy of World". In Daisuke Miyao, (ed.), *The Oxford Handbook of Japanese Cinema* (pp. 438-456). Oxford: Oxford University Press.